الرأي العام والفضائيات
دراسة في ترتيب الأولويات

تأليف

أ.د./ عاطف عدلي العبد
الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة
مدير مركز بحوث الرأي العام

د./ نهى عاطف العبد
المدرس بقسم الإنتاج الإذاعي والتليفزيوني
بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام
بمدينة الإنتاج الإعلامي

توزيع
دار الفكر العربي
٢٠٠٧

بطاقة فهرسة

الفهرسة أثناء النشر إعداد / الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية. إدارة الشئون الفنية

العبد، عاطف عدلي

الرأي العام والفضائيات دراسة في ترتيب الأولويات

أ.د./ عاطف عدلي العبد د./ نهى عاطف العبد

- ط١ - القاهرة : توزيع دار الفكر العربي ٢٠٠٧

٣٢٤ ص، ٢٤ سم.

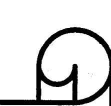
١- الرأى العام: ٢ - الإعلام ٣- القنوات الفضائية

أ- العنوان

رقم الإيداع ١٧٥٩٩/ ٢٠٠٦ ديــوى ١٥٤, ٣٠١

دار الإيمان للطباعة

ت: ٣٢١٥٩٩٥ - ٠١٢٢١٨٢٨٩٨

إهداء

إلى معالي الأستاذ/ محمد صفوت الشريف

رئيس مجلس أمناء الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام
رئيس مجلس الشورى
ورئيس المجلس الأعلى للصحافة

تقديراً

لدوره المتميز في إقامة صرح تعليمي متميز:
الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام

المؤلفان

أ.د./ عاطف عدلي العبد
مدير مركز بحوث الرأي العام
كلية الإعلام جامعة القاهرة

د./ نهى عاطف العبد
مدرس بقسم الإنتاج
الإذاعي والتليفزيوني
الأكاديمية الدولية للهندسة
وعلوم الإعلام



مقدمة:

تُعَد نظرية ترتيب الأولويات إحدى نظريات الإعلام التى تبحث فـــى تأثير وسائل الاتصال، حيث تهتم بدراسة العلاقـــات التبادليـــة بـــين وســـائل الإعلام والجماهير التى تتعرض لهذه الوسائل، وقدرة تلـــك الوســـائل علـــى تحديد أهمية وأولوية بعض القضـــايا السياســـية والاجتماعيـــة والاقتصـــادية وغيرها التى تهم كافة قطاعات المجتمع.

وتؤكد هذه النظرية على وجود **علاقة ارتباط إيجابى** بين **بروز** قضية ما فى وسائل الإعلام **وبروزها لدى الرأي العام**، من خـــلال **تركيـــز** هـــذه الوسائل على موضوعات بعينها **وإهمالها** لموضوعات أخرى، مما يؤثر على الرأى العام بالتركيز على الموضوعات المطروحة فى وسائل الإعلام، وبذلك لم تعد وسائل الإعلام أداه لنقل المعلومات فقط، بل أصبحت **إحدى العوامـــل الرئيسية** التى تؤثر فى أفكار الجمهور واتجاهاته وسلوكه من خلال طرحهـــا لقائمة من القضايا التى ترتبها طبقاً لأهميتها عـــن طريـــق إنتقـــاء قصـــص إخبارية معينة وإهمال قصص أخرى، وبذلك **يعتقد الجمهور ان قضـــية مـــا قضية مهمة لأن وسائل الإعلام تتناولها بإستمرار**

وتقوم نظرية ترتيب الأولويات على رؤية مفادها ان وظيفة الإعلام – بإختلاف وسائله – هى العمل على تشكيل اتجاهات الرأى العام من خلال التركيز على قضايا معينة، وتهميش قضايا أخرى مع مراعاة الدور الفاعـــل للعوامل والمتغيرات الوسيطة.

ويتكون هذا الكتاب "الرأي العام والفضائيات: دراســـة فـــي ترتيـــب الأولويات" من بابين حيث يضم **الباب الأول:** الأسس النظرية لدراسة الرأي العام عدة فصول وهي **الفصل الأول:** الرأي العام: تعريفه وأنواعه، **الفصل الثاني:**

مقومات الرأي العام، **الفصل الثالث:** أساليب تغيير الــرأي العــام، **الفصــل الرابع:** قياس الرأي العام، بالإضافة **إلــى البــاب الثــاني:** الــرأي العــام والفضائيات: دراسة في ترتيب الأولويات ويضم عدة فصول وهي: **الفصــل الخامس:** الإطار المنهجي للدراسة، **الفصل السادس:** مصادر الأخبار لــدى الرأي العام المصري عينة الدراسة، **الفصل السابع:** عادات وأنماط مشــاهدة نشرات الأخبار لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة، **الفصل الثامن:** دور نشرات الأخبار في القنوات الفضائية في ترتيــب أولويــات الــرأي العــام المصري عينة الدراسة، **الفصل التاسع:** اســتطلاع للــرأي حــول تطــوير الخدمات الإخبارية بالقنوات الفضائية العربية، **الفصل العاشر:** العلاقات بين متغيرات الدراسة، **والفصل الحادي عشر:** نتائج اختبارات الفــروض حــول دور نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات القضــايا لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة، كما يتضــمن الكتــاب بــالملاحق صحيفة الاستقصاء التي استخدمت في جمع البيانات الميدانية من عينة قوامها ٤٢٠ مفردة من الرأي العام المصري.

القاهرة: في أول سبتمبر ٢٠٠٦

المؤلفان

الباب الأول
الأسس النظرية لدراسة الرأي العام

تأليف

أ.د./ عاطف عدلي العبد

مدير مركز بحوث الرأي العام
الأستاذ بكلية الإعلام ـــ جامعة القاهرة



الفصل الأول
الرأي العام: تعريفه وأنواعه(*)

مقدمة:

إن الرأي العام ظاهرة قديمة، فلقد عرفته مدن اليونان القديمة واختبرت سطوته، وشاع استخدامه في العصر الحديث حتى أن البعض يطلق على هذا القرن: قرن الرأي العام[1].

ويتفق العلماء والمفكرون والباحثون على أهمية الرأي العام ويؤكدون على الطبيعة المائعة للرأي العام، فهو قوة حقيقية شأنه شأن الريح، له ضغط وثقل عظيم لكن لا تراه، وهو كالريح لاتمسك بها ولكنك تحني لها الرأس وتطيع.

أولاً: العوامل التي ساعدت على زيادة نفوذ الرأي العام:

ساعدت مجموعة من العوامل على زيادة نفوذ الرأي العام في العصر الحديث منها[2]:

قيام المدن، ظهور التجمعات الجماهيرية الكبرى، قيام الثورة الصناعية، قيام النظم الديمقراطية، التوسع في حق الانتخاب، تحرير المرأة والعبيد، انتشار التعليم، ظاهرة الصالونات خاصة في فرنسا، الثورات – وخاصة الثورة الفرنسية التي كانت تعتبر في حقيقتها أحد مظاهر الرأي العام وإن كان مظهراً عنيفاً – نشوب الحروب الدولية، وما ترتب عليها من نشاطات دعائية والتقدم العلمي في قياسات الرأي العام، وظهور وسائل المواصلات والاتصال وتطورها حتى أصبح العالم – وفقاً لرأي عالم الاتصال الكندي مارشال ماكلوهان – قرية عالمية، فالكلمة المذاعة تدور حول الكرة الأرضية سبع مرات ونصف في الثانية، والأقمار الصناعية ربطت العالم وألغت المسافات والحواجز بين الدول.

ثانياً: تعريف الرأي العام:

على الرغم من اتفاق علماء السياسة والاجتماع والاقتصاد وعلم النفس الاجتماعي والاتصال على أهمية الرأي العام، إلا أنهم اختلفوا حول تعريفه ونستعرض فيما يلي مجموعة من هذه التعاريف على النحو التالي:

(أ) من التعاريف الأجنبية للرأي العام(*):

١- تعريف دوب:

يعرف دوب الرأي العام (بأنه مجموعة اتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم)[3].

(*) نورد البيانات الببلوجرافية الخاصة بكل فصل في نهايته.

(*) توجد تعريفات أخرى منها ما جمعه أولريش شتراوس في المرجع الآتي:

- كاتز، دانيل وآخرون. *الإعلام والرأي العام*. *تأليف*: دانيل كاتز وآخرون. *ترجمة*: محمود كامل (القاهرة: مكتبة نهضة مصر، ١٩٨٢) ص ص٤٩-٥٠.

ويعيب هذا التعريف ما يلي:

لم يوضح المفكر المقصود بالناس هل يقصد مجموع الناس أو غالبيتهم أو مجموعة منهم؟

كما قد يفهم من هذا التعريف أن الاتجاهات ثابتة مع الآراء وهو ليس صحيحاً في كل الأحوال، فعند إثارة الخوف مثلاً لا تتفق الآراء عادة مع الاتجاهات.

ولم يتناول التعريف مناقشة الجمهور للمسألة محل الرأي العام، وهذه المناقشة من الأمور الهامة.

٢- تعريف جولت[٤]:

يعرف جولت - أحد علماء الرأي العام الأجانب - الرأي العام بأنه: "فهم معين للمصالح العامة الأساسية يتكون لدى كافة أعضاء الجماعة".

وينقص هذا التعريف ما يلي:

- يقف عند حد الفهم فقط وهو أولى مراحل تكوين الرأي العام ولم يصل لمرحلة إبداء الرأي وظهور اتجاهات معينة لدى الجماهير تحدد ما تريده هذه الجماهير.
- يشترط هذا التعريف أن يتكون الفهم لدى كافة أعضاء الجماعة ومن المستحيل أن يتفق الشعب بأكمله على فهم موضوع معين واتخاذ رأي واحد تجاه هذا الموضوع؛وجدير بالذكر أن الديمقراطية التي تأخذ بمبدا حكم الشعب بالشعب، تكتفي بمبدأ الأغلبية للتعبير عن الرأي العام دون اشتراط رأي كافة أعضاء الجماعة لاستحالة تحقق ذلك.
- يتصف هذا الرأي بالعمومية، فهو يتطلب فهماً معيناً للمصالح العامة الأساسية دون أن يحدد قضية محددة أو مصلحة عامة معينة تتجه إليها جماهير الشعب لتبدي الرأي فيها سواء بالموافقة أوالاعتراض.

٣- تعريف ألبيج[٥]:

يعرف ألبيج الرأي العام من خلال عدة تعريفات هي:

- الرأي العام هو الناتج عن عملية تفاعل الأشخاص في أي شكل من أشكال الجماعة نحو موضوع معين يكون محل مناقشة في جماعة ما.
- الرأي العام هو تعبير أعضاء الجماهير عن الموضوعات المختلف عليها فيما بينهم.
- الرأي العام هو مجموعة الاتجاهات التي تسيطر على الجماعة إزاء مشكلة ما وتعبر عن رأي الأغلبية.

ويتضح من هذه التعريفات للرأي العام ما يلي:

- لم يحدد هذا العالم تعريفاً واحداً جامعاً للرأي العام، بل يتحدث عن تفاعل بين الأشخاص تجاه موضوع معين يؤدي إلى ناتج لهذا التفاعل، ثم يتحدث

عن تعبير الجماهير، وأخيراً عن مجموعة اتجاهات، وبالتالي لم يحدد لنا الكاتب تعريفاً دقيقاً للرأي العام.

٤- تعريف يونج[٦]:

يعرف يونج الرأي العام بأنه: "الحكم الاجتماعي لجماعة ذات وعي ذاتي على موضوع ذي أهمية عامة بعد مناقشة عامة مقبولة".

ولا يعطينا هذا التعريف مفهوماً واضحاً للرأي العام، وينقص بعض عباراته التحديد مثل:

- عبارة جماعة: هل يقصد بها جماهير الشعب أم جماعة محدودة؟
- عبارة ذات وعي ذاتي: هل يقصد بها منح حق إبداء الرأي للجماعات المثقفة ذات الوعي ويمنع ما عداها من إبداء الرأي.
- عبارة بعد مناقشة عامة مقبولة: لم يحدد لنا مدى هذا القبول ومعناه ومتى تصبح هذه المناقشة العامة متكاملة وصالحة لأن ينتج عنها رأي عام.

وبناء على ما سبق، فإن هذا التعريف ينقصه الوضوح والتحديد ولا يعطي تعريفاً شاملاً للرأي العام.

٥- تعريف ألبورت[٧]:

يعرف عالم أجنبي آخر – فلويد ألبورت – الرأي العام بأنه تعبير جمع كبير من الأفراد عن آرائهم في موقف معين، إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم تعبيراً مؤيداً أو معارضاً لمسألة معينة أو شخص معين أو اقتراح ذي أهمية واسعة بحيث تكون نسبة المؤيدين أو المعارضين (في العدد) ودرجة اقتناعهم وثباتهم واستمرارهم كافية لاحتمال ممارسة التأثير على اتخاذ إجراء معين بطريق مباشر أو غير مباشر تجاه الموضوع الذي هم بصدده.

ويظهر هذا التعريف عدة جوانب هامة من حيث الحجم: عدد كبير من الأفراد، والموضوع: وهو حالة محددة أو شخص معين، واقتراح له أهمية، ودرجة الاتفاق: نسبة أو عدد معين، والعمق: والتأثير (احتمال إرجاء مؤثر فعال).

ولكن يوجه لهذا التعريف نقداً مؤداه: أنه يركز على الرأي العام الفعلي لا الكامن، ولا يتضمن شيئاً عن عملية الاتصال أو عن قيادات الرأي أو دور الجماعات الأولية في تكوين الرأي.

(ب) من التعاريف العربية:

١- يعرف أحد الباحثين المهتمين بالرأي العام[٨]: الرأي العام بأنه الحكم الذي تصل إليه الجماعة في قضية ما ذات اعتبار ما. ويؤخذ على هذا التعريف: أن الحكم مرحلة تالية للرأي العام اليومي الذي لا يصل إلى درجة الحكم.

٢- ويعرف أحد المتخصصين في الاتصال[٩]: الرأي العـام بأنـه الفكـرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامـة التـي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة. ويؤخذ على هذا التعريف: أن الفكرة مرحلة سابقة على تكوين الرأي.

٣- وتوجد تعريفات عدة لإسماعيل علي سعد[١٠]،سعيد سـراج[١١]، أحمـد بدر[١٢]، أحمد أبو زيد[١٣]، سعد عبدالرحمن[١٤]، وسـويلم العمـري[١٥]، ونعتقد أن **تعريف أستاذنا الدكتور مختار التهـامي**[١٦] مـن أهـم وأدق تعاريف الرأي العام وينص على أن الرأي العام هو (الرأي السائد بـين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة نحو قضية معينة أو أكثر يحتـدم حولها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية مساً مباشراً)، **ويوضح أستاذنا الدكتور مختار التهامي العناصر الأساسية في تعريفه على النحو التالي:**

- **أغلبية الشعب:** أي أن الرأي الذي ينبغي أن يؤخذ في الاعتبـار رأي الأغلبية، ولن يقلل من أهمية هذا الرأي وجود آراء مخالفـة لـبعض الفئات ذات المصالح المغايرة لمصالح الأغلبية.
- **الواعية:** إبراز دور وسائل الإعلام والتوعيـة وأجهـزة التنظيمـات الشعبية والسياسية في إلقاء الضوء على الموضوعات المثـارة لعـدم توافر المعلومات عنها، **لأن من لا علم له لا رأي سديد له** وإنما يجنح إلى التطرف أو التعصب والوهم.
- **في فترة معينة:** لكل موضوع أو مشكلة مثارة ظروفها المحددة بزمن وقوعها سواء كانت ظروفاً سياسية أو اقتصادية أو اجتماعيـة وقـد تتغير بتغير الوقت.
- **ويحتدم حولها الجدل والنقاش:** تقليب القضية على كافـة وجوههـا والوصول إلى رأي على أساس التفكير السليم.
- **وتمس مصالح الأغلبية:** إبراز المصلحة المادية المشتركة في القضية المثارة التي تحظى باهتمام الجماهير.
- **أو قيمها الإنسانية الأساسية:** أن هناك بعض القضايا الإنسانية غيـر المادية مثل التمييز العنصري تحظى باهتمام الرأي العام.

ثالثاً: أنواع الرأي العام:

توجد العديد من التقسيمات للرأي العـام مـن أهمهـا الأنـواع أو التقسيمات الآتية[١٦]:

(أ) التقسيم حسب عمق التأثير والتأثر:

يقسم البعض الرأي العام حسب عمق التأثير والتأثر بوسائل الإعلام على النحو الآتي:

١- الرأي العام النابه أو القائد أو المسيطر:

يتكون من صفوة القوم وخاصة المتعلمين والمثقفين: حيث يمثلون صفوة قادة الرأي والمفكرين وأساتذة الجامعات والعلماء والكتاب والساسة، وهؤلاء يمثلون نسبة قليلة من الشعب، وتعتبر وظيفتهم في المجتمع وظيفة القائد الذي يقود ويثقف ويوجه ويرشد الناس، ولهم أهداف معينة يحرصون على إقناع الشعب بها ويبذلون في سبيل ذلك جهداً ليس في سبيل أو مقدور المواطن العادي بذله بما لهم من قدرة على الإقناع والتأثير لأنهم يريدون أن يقودوا ويرشدوا ويوجهوا الرأي العام القارئ والمنساق في النواحي السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية: وهذه الصفوة لا تتأثر بوسائل الإعلام والدعاية المختلفة كالصحافة – في الأغلب الأعم – وإنما تؤثر في تلك الوسائل بأفكارها وآرائها حيث يبحثون الأمور ويدرسون الأخبار والحقائق ويقلبونها على كل الوجوه ولا يتقلبون الأمور ببساطة وإنما بعد محاولة الإقناع والاقتناع.

ويسمى هذا النوع بالرأي العام المستنير، أو القائد، أو الرائد، أو المسيطر.

٢- الرأي العام القارئ أو المثقف:

يتكون من أواسط الناس ثقافة الذين ثقافتهم أدنى عن الفئة الأولى القائدة، أي المتعلمين سواء كان تعليمهم عالياً أو متوسطاً.

ويختلف حجم هذا الرأي حسب درجة التعليم في المجتمع وهو رأي يؤثر فيما هو أقل منه درجة من حيث الثقافة والتعليم ويتأثر بوسائل الإعلام والدعاية بدرجات متفاوتة حسب مستوى نضجه، حيث إن هذه الفئة هي التي تقرأ وتفهم وتجمع من المعلومات والآراء والأفكار والأخبار ما يمكن أن يتألف منه رصيد يعينها على فهم وسائل الإعلام، كما يؤثرون في هذه الوسائل بقدر محدود بما يصدر عنهم من آراء ومناقشات ونقد.

٣- الرأي العام المنقاد:

يتكون الرأي العام المنقاد من الفئة التي لا تنتمي إلى الفئتين السابقتين وهو رأي السواد الأعظم من الشعب من غير القادرين على مواصلة الإطلاع والبحث ومن غير القادرين كذلك على متابعة الأحداث أو النظر في بواطن الأمور أو القراءة بين السطور ويضم (أيضاً الأميين).

وينقاد أصحاب هذا الرأي المنساق لما يوجهه لهم أفراد الرأي المستنير والرأي العام القارئ وتؤثر فيه وسائل الإعلام والدعاية، ويتقبل الشائعات ويتشكل عادة هذا النوع من الأكثرية التي نالت حظاً قليلاً من التعليم والثقافة، وهم ينقادون تماماً لما يصل إليهم عن طريق التوجيه والدعاية والإعلام، وينفعلون بكل ما ينشر ويقال ويستجيبون لأول ناعق ويتبعون أول صيحة ويسلكون في كثير من الأحيان سبيل الهياج والثورة

ويملكون القدرة على مناقشة المسائل التي ثاروا من أجلها والمشكلات التي أبدو سخطهم عليها ما دام الزعماء وقادة الرأي أو المهيجون قد صوروا لهم أن هذه المشكلات تمس مصلحتهم العامة، ولذلك يعدون طعماً سهلاً للدعاية، ويؤمنون بكل ما يذاع ويعرض في وسائل الاتصال عامة وبكل ما ينشر في الصحف والمجلات وسائر المطبوعات بصفة خاصة – حيث إنه من الحقائق التي استقرت بعد أن كثر الجدل حولها أن الصحافة أقدر من غيرها على التأثير في الرأي العام وأخطر في تحقيق هذا التأثير المطلوب – ولا تحاول هذه النوعية التفكير فيما يحتويه المضمون الإعلامي، هل هو صواب أو خطأ؟ حق أو باطل؟ وهم أشبه بالقطيع الذي يسوقه الرأي العام النابه والقارئ، فهؤلاء لا علم لهم ولا بحث عندهم وإنما الانقياد لكل ما يقال والانصياع وراء هؤلاء القارئين في أغلب الأحوال – الذين يسمون قادة الرأي – انقياداً أعمى، ويرجع ذلك إلى عدم مقدرتهم على المناقشة والدراسة والبحث والجدل وعدم المقدرة على الوصول إلى المعرفة التي بها يفرقون بين الصواب والخطأ.

ومن هنا ينقاد هؤلاء الدهماء أو السوقة وراء الرأي العام المثقف القارئ والرأي العام القائد المستنير.

(ب) تقسيم الرأي العام وفقاً لعنصر الزمن(١٧):

١- الرأي العام الدائم:

إن الرأي العام الدائم هو الأكثر رسوخاً والذي تعمل فيه العوامل المختلفة ويرسى القواعد الأساسية للرأي العام، وهو يتكون من فئة كبيرة من فئات الناس ويتصل اتصالاً قوياً بالأشياء الثابتة في الأمة كالدين والأخلاق والتقاليد، أي يرتكز على أسس تاريخية وثقافية ودينية ويشترك فيه السواد الأعظم من الأمة ويمتاز بالاستقرار والثبات ولا تؤثر فيه الحوادث الجارية أو الظروف الطارئة أو نادراً لأنه وليد التفاعل بين الفرد ومقومات الجماعة والمجتمع ولذلك يكون قوياً وعميقاً.

وبناء على ذلك فالمناقشة في الرأي العام الكلي موضع خطر لأنها هجوم على وجود الجماعة وكيانها ذاته، وهو طويل الأجل قد يستغرق تكوينه سنين ومن الصعب تغيير اتجاهاته، وتكوينه يأتي من التربية الأولية في البيت ثم في المدرسة والمجتمع، فالإنسان جملة من العلاقات والتفاعلات.

٢- الرأي العام المؤقت:

ويقوم حسب الانتماء لجماعة أو منظمة ذات أيديولوجية أو مذهب وحيال مسائل معينة في وقت محدد وينتهي بانتهاء المؤثر.

وبعبارة أخرى أن الرأي العام المؤقت هو الرأي الذي تمثله الأحزاب السياسية والهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة والأهداف المعينة. وينتهي هذا النوع من الرأي العام بانتهاء حياة تلك الأحزاب أو الهيئات أو بتحقيق

هدف معين في وقت معين حيث يتألف من رأي عدد من الناس بالنسبة لموضوع معين وقد يتغير هذا العدد بالزيادة أو النقصان بالتطور الذي يصاحب الموضوع الذي يتكرر الرأي العام بصدده.

٣- **الرأي العام اليومي أو المتقلب:**

تعيش عليه الصحف اليومية حيث يتأثر بالأحداث اليومية أكثر من غيره، لأنه الفكرة اليومية التي يعتنقها معظم أفراد الجماعة نتيجة لحادث مفاجئ أو كارثة حلت بالجماعة أو حدث سياسي خطير (وهو بطبيعة الحال متقلب من يوم لآخر حيث تغذية الأحداث اليومية الجارية).

ومن المعروف أن الصحافة الإخبارية المثيرة تعيش على الرأي العام اليومي، فهي تتلقف الأحداث اليومية وتجعل منها العناوين العريضة الضخمة بعرض الصحيفة لجذب القراء وإثارة انتباههم.

ويرى دوفيفات أن صحف الرأي الحزبية تختار من مادة الرأي العام اليومي ما يلائم دعوتها السياسية ويؤكد فكرتها الحزبية وتجعله وسيلة لتعزيز رأيها للوصول إلى الهدف وتستعين على ذلك بصبغة بلونها الحزبي وتحويره وصقله.

(ج) التقسيم حسب أنواع الرأي[١٨]:

١- **الرأي الشخصي:** هو الرأي الذي يكونه الفرد لنفسه طبقاً لدرجة ثقافته وخبراته وتفاعله واتصاله مع المجتمع، وهو الرأي الذي يرغب في أن يشارك به المجموعة ويعبر عنه من وجهة نظره دون أن يخشى من الجهر به شيئاً.

٢- **الرأي الخاص:** هو ذلك الجزء من الرأي الذي يرغب الفرد في أن يحتفظ به لنفسه ولا يبوح به – خشية تعريض نفسه للضرر – حتى إلى المقربين منه ويظهر أثره في الرأي العام في حالة التصويت السري.

(د) التقسيم الكمي للرأي العام[١٩]:

١- **رأي الأغلبية:** وهو الرأي الذي يمثل رأي ما يزيد على نصف الجماعة وهو تجميع وتكرار الرأي الشخصي لأغلبية الجماعات الفعالة.

٢- **رأي الأقلية:** هو رأي ما يقل عن نصف الجماعة ويعبر عن رأي طائفة من الناس لا يستهان بها فقد يكون بين صفوف الأقلية بعض الأكفاء والمتخصصين المؤثرين في القضايا المثارة بعلمهم لا انتمائهم الحزبي.

٣- **الرأي الائتلافي:** رأي جملة من الأقليات المختلفة في اتجاهاتها والتي تجمعت لتحقيق هدف معين تحت ظروف خاصة وهو ليس وليد المناقشة وإنما نتاج عوامل خارجية عارضة، ومتى زالت هذه الأسباب يزول هذا الرأي.

٤- **الرأي الساحق:** وهو حالة من الاتفاق تصل إليها الجماعة أو أكثريتها الساحقة، وهو ليس رأي الأغلبية، إنما رأي قريب من الإجماع ويقترب من العادات والعرف والتقاليد.

(هـ) التقسيم حسب التواجد[20]:

١- **رأي عام موجود بالفعل:** هو الرأي العام الموجود نتيجة لبعض الأحداث، وتظهر آثاره في التعليقات والمناقشات.

٢- **رأي عام متوقع وجوده:** هو الرأي العام الذي لم يكن موجوداً أصلاً ولكن يتوقع وجوده عقب بعض الأحداث أو المشاكل. وتلعب مراكز بحوث الرأي العام دوراً هاماً في التنبؤ بالرأي العام المتوقع.

(و) **التقسيم حسب درجة الظهور**[21]:

١- **الرأي العام الظاهر:** وهو الرأي العام المعبر عنه، ويتكون هذا الرأي في البلاد التي يتمتع مواطنوها بحرية التعبير عن آرائهم.

٢- **الرأي العام الكامن:** وهو الرأي العام غير الظاهر وغير المعبر عنه ويحدث في مجتمعات الحكم الديكتاتوري ويتحول إلى رأي عام ظاهر في الحالات الآتية:

- ازدياد وشدة اتجاه الناس نحو مشكلة معينة لدرجة لا يستطيعون كتمانها وهنا يظهر الرأي العام وينطلق استجابة للعامل السيكولوجي وهو عدم الاحتمال لشدة الحاجة.
- رفع الموانع الاجتماعية أو القانونية التي كانت تحول دون التعبير عن الرأي كموافقة الدولة أو تشجيعها على ظهور آراء معينة لم يكن يتاح لها الظهور من قبل مثلما يحدث الآن في روسيا. ونتفق مع رأي هنسي الذي يرى أنه لا فائدة من هذا التصنيف، حيث إنه إذا لم يفصح الأفراد عن تفكيرهم فإنها تصبح رأياً خاصاً ويتمثل نفع هذا التقسيم في رأيه في وصف موقف حيث يكون لدى عدد كبير من الأفراد اتجاهات أو استعدادات مسبقة يمكن أن تتبلور إلى آراء حول مشكلة معينة وترجع أهمية ذلك إلى أن البعض يهتم بالرأي العام في المستقبل كما يهتمون به في الحاضر.

(ز) **تقسيم الرأي العام حسب النطاق الجغرافي**[22]:

١- **الرأي العام المحلي:** هو الرأي السائد في زقاق أو سكة أو شارع أو قرية أو مدينة، أو منطقة أو ولاية، أو محافظة أو مجموعة من المناطق، أو مجموعة معينة من المحافظات أو مجموعة من الولايات.

٢- **الرأي العام الوطني او القومي:** هو الرأي العام الذي يرتبط بالوطن أو الدولة الكائن بها وتستند إليه السلطة القائمة ويتميز بخصائص أهمها: التجانس، وإمكانية التنبؤ به، ومعالجته للمشكلات القومية.

٣- **الرأي العام الإقليمي:** هو الرأي السائد بين مجموعة من الشعب المتجاورة جغرافياً في فترة معينة نحو قضية أو أكثر يحتدم حولها الجدل والنقاش وتمس مصالحها المشتركة أو قيمها الإنسانية مساً مباشراً.

ومن الأمثلة لهذا النوع: الرأي العام الخليجي، الرأي العام العربـــي، والرأي العام الإفريقي.

٤- الرأي العام العالمي:

بادئ ذي بدء فإن الرأي العام العالمي كما يعرفه أســتاذنا الــدكتور مختار التهامي: هو الرأي السائد بين أغلبية شعوب العالم في فترة معينة نحو قضية معينة أو أكثر يحتدم حولها الجدل والنقاش وتمس مصالحها المشتركة أو قيمها الإنسانية مساً مباشراً. ***فهو رأي الشعوب لا رأي الحكومات*** والــذي كان يمثل طبقاً للواقع السياسي الدولي رأي مجموعات أساسية من الشــعوب هي: مجموعة شعوب الدول الاشتراكية، مجموعة شعوب الدول الرأســمالية ومجموعة شعوب الدول الأسيوية والإفريقية المتحررة وشعوب دول أمريكا اللاتينية.

ولذلك نرى أن الرأي العام يرتبط بالأسرة الدولية فهو يقصد به كــل تعبير تلقائي عن وجهة نظر معينة لا تقتصر على إثبات وجودها على مجتمع محلي معين وإنما تتعدى الحدود بين الجماعات السياسية لتعبر عن نوع معين من التوافق بين الطبقات أو الفئات التي تنتمي إلى أكثر من دولــة واحــدة، والرأي العام الدولي بهذا المعنى يرتبط بالأسرة الدولية وهو رأي الشــعوب بفئاتها وطبقاتها المختلفة وليس رأي الحكومات.

ومما لا شك فيه أن الرأي العام العالمي قد أصبح الآن ســمة مــن سمات مجتمعنا الدولي المعاصر ومؤثراً فعالاً له من حيث توجيه سياسته بعد انتشار وسائل الاتصال الحديثة والبث المباشر بالأقمار الصناعية والدعايــة المبتكرة التي لجأت إليها الدول المتحاربة بين الحــربين العــالميتين اللتــين شهدهما القرن العشرين وما لمسناه في حرب الخليج الثانية.

وبناء على ذلك ***فالرأي العام العالمي هو رأي الشعوب***، ولذلك كلمــا زاد عدد الشعوب المتحررة من نير الاستعمار ازداد الرأي العام العالمي قوة وتأثيراً.

مراجع الفصل:

١- مختار التهامي. *الرأي العام والدعاية*. (القاهرة: دار الهاني للطباعة والنشر، ١٩٨٩) ص ص١٣-١٤.

٢- *المرجع السابق*. ص١٥.

، عاطف عدلي العبد. قياس الرأي العام. *في: مجلة النيل*. العدد٣١، أكتوبر ١٩٨٧ ص٤١.

، عاطف عدلي العبد. "قياس الرأي العام" *محاضرات غير منشورة*. (مسقط: وزارة الإعلام، ١٩٨٩) محاضرات الدورة التدريبية الأولى.

، فاروق يوسف. *الرأي العام*. (القاهرة: مكتبة عين شمس، ١٩٨٧) ص ص٨-١٠.

3- Doob, ***L. Public Opinion And Propaganda*** (N. Y.: Halt Rinehert And Winston, Inc, 1966) P.35.

4- Gault, R. ***Social Psychology***. (N. Y.: Henry Holt, 1923) P.176.

5- Albig, W. ***Modern Public Opinion***. (N. Y.: Mc Graw Hill, 1956) P.8.

6- Childs, H. ***Public Opinion: Nature, Formation And Role***. (N. Y.: D. V. N. Company, N. D) P.1.

7- Allport, F. Towards A Science Of Public Opinion, ***In: P. O. Quarterly***, Vol.1, No.1, P.23.

٨- محمد عبدالقادر حاتم. *الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية*. المجلد الثاني (بيروت: مكتبة لبنان، ١٩٧٣) ص١٢٤.

٩- إبراهيم إمام. *الإعلام والاتصال بالجماهير*. (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٦٩) ص٢٠٥.

١٠- إسماعيل علي سعد. *الاتصال والرأي العام: مبحث في القوة والأيديولوجية*. (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٧٩) ص٢٣٣.

١١- سعيد سراج. الرأي العام: *مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة*. (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٨) ص٧.

١٢- أحمد بدر. *الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة*. ط٣ (الكويت: وكالة المطبوعات، ١٩٨٢) ص٥٢.

١٣- أحمد أبو زيد. *سيكولوجية الرأي العام ورسالته الديمقراطية*. (القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة، ١٩٧١) ص٤٧٥.

١٤- أحمد سويلم العمري. *الرأي العام والدعاية*. (القاهرة: الدار القومية للطباعة والنشر، ١٩٦٥).

١٥- مختار التهامي. *مرجع سابق*. ص ص١٦-١٨.

١٦- للاستزادة انظر المراجع الآتية:

- أحمد بدر. *مرجع سابق*. ص٦٢.
- حسنين عبدالقادر. *الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة*. (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٦٢) ص٣٨٠.
- سمير محمد حسين. *الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام*. (القاهرة: عالم الكتب: ١٩٨٤) ص ص٣٣٨-٣٤١.

- عاطف عدلي العبد. "محاضرات الدورة التدريبية الأولى في مجال الرأي العام بوزارة الإعلام العمانية". *مرجع سابق*. ص ص١٥-٢٥.
- عاطف عدلي العبد. *مدخل إلى الاتصال والرأي العام*. ط٣ (القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٩٨) ص ص١٠٦-١٠٩.

١٧- للاستزادة انظر المراجع الآتية:
- أحمد أبو زيد. *مرجع سابق*. ص٧٥.
- حسنين عبدالقادر. *مرجع سابق*. ص٥٦.
- سعيد سراج. *مرجع سابق*. ص١٤.
- سمير حسين. *مرجع سابق*. ص٣٤١.
- عاطف عدلي العبد. محاضرات الدورة التدريبية الثانية في مجال الرأي العام للعاملين بوزارة الإعلام العمانية. "*غير منشورة*" (مسقط: وزارة الإعلام. ١٩٩٠).
- عاطف عدلي العبد. *مدخل إلى الاتصال والرأي العام*. *مرجع سابق*. ص ص١٠٩-١١٠.

١٨- أحمد بدر. *مرجع سابق*. ص٥٨.
- سمير حسين. *مرجع سابق*. ص٣٣٨.
- عاطف عدلي العبد. *المداخل الأساسية لدراسة علم الاتصال*، طبعة تجريبية (القاهرة: دار الهاني للطباعة والنشر، ١٩٨٨) ص١٩٨.

١٩- *المرجع السابق*. ص١٩٨.
- Albig, W. ***Op. Cit.*** Pp.8-9.

٢٠- للاستزادة انظر المراجع الآتية:
- أحمد أبو زيد. *مرجع سابق*. ص٧٤.
- فتحي الأبياري. *الرأي العام والمخطط الصهيوني*. (القاهرة: المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، ١٩٦٩) ص٧٨.
- محمد عبدالقادر حاتم. *مرجع سابق*. ص ص١٢٦-١٢٧.
- Doob, L. ***Op. Cit.*** P.4.

٢١- فاروق يوسف. *مرجع سابق*. ص ص٢٣-٢٤.

٢٢- للاستزادة انظر المراجع الآتية:
- سعيد سراج. *مرجع سابق*. ص ص١٢-١٤.
- مختار التهامي. *مرجع سابق*. ص ص٢٣-٦٥.
- عاطف عدلي العبد. "محاضرات الدورة التدريبية الأولى للعاملين بوكالة الأنباء العمانية حول الرأي العام". *غير منشورة* (مسقط: وكالة الأنباء العمانية، ١٩٩٠).
- عاطف عدلي العبد. *الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية* (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٢).



الفصل الثاني

مقومات الرأي العام

مقدمة:

تتعدد التسميات المستخدمة في هذا المجال فهناك من يطلق على مقومات الرأي العام المحددات، وهناك من يسميها العوامل والعناصر، إلا أننا نميل إلى معالجتها كمقومات انطلاقاً من تأثرنا بفكر أستاذنا الجليل المفكر الكبير د. مختار التهامي الذي يرى أن للرأي العام في أي بلد من البلدان مقوماته المستمدة من تاريخه وظروفه البيئية، فمعرفة هذه المقومات تساعد على استنباط الاتجاهات المحتملة للرأي العام بالنسبة لموضوع معين، وتمكن من التنبؤ بالاتجاهات المحتملة عند طرح موضوع ما، وتحدد الدور الذي ينبغي أن تقوم به وسائل الإعلام والتنظيمات السياسية والشعبية حيالها:

أولاً: العادات والتقاليد والقيم المتوارثة:

تعكس العادات والتقاليد طبيعة النظام الاجتماعي السائد في مجتمع من المجتمعات، ويزداد التمسك بالتقاليد في المجتمعات البدائية والمتخلفة والفقيرة، فالتقاليد لدى هذه المجتمعات هي خير الزاد والتقوى ويقع الأفراد فريسة لها ويتشبثون بها فهم لا يملكون غيرها ويزداد سلطان الأساطير والخرافات فتحياً الشعوب مخدرة لا تجد السبيل لدحض هذه الأساطير وتلك الخرافات(١).

وتتميز الشعوب وخاصة ذات التاريخ العريق، التي تنتمي إلى موروث ثقافي اجتماعي خاص بها من العادات والتقاليد باحترامها لتلك العادات والتقاليد وتعلقها بها، وغالباً ما تكون هذه العادات والتقاليد عصية على التغيير أو على تقبل التغيير(٢).

وتتقبل الشعوب عادة معتقداتها المتوارثة بخيرها وشرها على أساس أنها حقائق وبديهيات لا تقبل الجدل أو إبداء الرأي وقد تشمل هذه المعتقدات نواحي أخلاقية واجتماعية كانت مثار جدل في ازمنه سابقة ثم انتهت إلى الصورة التي تقبلها الجميع فدخلت طور المعتقدات والأخلاقيات والسلوك والتقاليد المتوارثة(٣).

ويعتبر التراث الحضاري والثقافي لكل أمة من أهم العوامل التي تؤثر في تكوين الرأي وتشكيله، إذ لا مفر للفرد من أن يتأثر بقوى العادات والتقاليد والتاريخ والقيم السائدة في مجتمع معين ويذهب بعض الباحثين إلى القول بأننا محاطون بحلقات ثقافية مشتركة المركز، وكل واحدة من هذه الحلقات تسهم بنصيب كبير في طرق تفكيرنا وسلوكنا ومن هؤلاء الباحثين

ستيوارت تشيس الذي يقول بأن (٩٠%) من سلوك الفرد العادي في مجتمع معين يقرر بما تفرضه النظم والقواعد التي يبدأ في تعلمها منذ ولادته[٤].

ويطالب المفكر الكبير مختار التهامي[٥] ألا نخلط في دراستنا للرأي العام بين هذه المعتقدات والقيم المتوارثة الجامدة وبين الرأي العام، فالرأي العام يدور حول مسائل موضع جدل ونقاش بعكس المعتقدات العامة التي رسخت عبر العصور في أذهان الجماهير ولم تعد مثارنقاش عام، فالملاحظ في العصر الحديث أن ميدان المعتقدات والتقاليد المسلم بها قد ضاق بينما اتسعت دائرة الرأي العام وشملت كثيراً من الأمور التي كانت محرمة على النقاش مثل سفور المرأة وتعليمها وذلك نتيجة لتطور وسائل المواصلات والاتصال ووسائل الإعلام – خاصة القنوات الفضائية – التي مكنت الناس من الإطلاع على معتقدات الشعوب المختلفة وأخلاقياتها وتقاليدها بما فيها من تناقض وتصارع أحياناً.

ومع أن القيم والعادات والمعتقدات المتوارثة لا تعتبر من قبل الآراء العامة، إلا أن لها – وخاصة العادات السيئة منها – تأثيراً كبيراً جداً وبالغ الخطورة على الرأي العام، ذلك أن الفرد في كثير من الحالات يستلهم هذه القيم والعادات في تكوينه لرأيه حول بعض المسائل الحالية المطروحة للمناقشة فقد يؤيد الرأي العام – في دولة ما – سلوكاً معيناً، في مسألة معينة، كما قد يعارضه وفي ذلك يقال مثلاً أن الرأي العام ضد هذا السلوك، وقد يعني ذلك أن هذه المعارضة الظاهرة أو الكامنة لا تتفق وعادات المجتمع وهناك عدة أمثلة عن هذا السلوك المنهي عنه (أي تحريم القيام بأفعال معينة) وقد لا يمتثل بعض الناس في بلد ما للعادات التي يسير عليها الناس فيه، وبالتالي ينظر إلى هؤلاء على أنهم من الغرباء على ذلك المجتمع وقد يعاملون بعداء وقد يتم منعهم من مزاولة النشاط الاجتماعي في هذا المجتمع[٦] فالقيم الخلقية – وهي الآراء المركزية أو التقاليد المتكاملة على المستوى المجتمعي للثقافة – يتطلع إليها أعضاء مجتمع ما على أنها المقدسات أو الفروض المنطقية الرئيسية العريضة للمناقشات والأعمال على مستوى جمعي[٧].

ومع أن القيم والعادات والمعتقدات المتوارثة لا تعتبر من قبل الآراء العامة إلا أن لها – وخاصة العادات السيئة منها – تأثيراً كبيراً جداً وبالغ الخطورة على الرأي العام في رأي المفكر الكبير مختار التهامي[٨] حيث أن الفرد في كثير من الحالات يستلهم هذه القيم والعادات في تكوينه لرأيه حول بعض المسائل المطروحة للمناقشة، بل إن هناك بعض الجهات التي تتقن استغلال هذه القيم والعادات لتوجيه الرأي العام توجيهاً يتفق مع مصالحها ومآربها وخاصة في المجتمعات القليلة الحظ من التعليم والثقافة.

ولقد وجدنا في دراستنا الميدانية لدور الإذاعة الصوتية في تغيير النظرة التقليدية للمرأة في الريف[٩] تجسيداً لهذه الرؤية الثاقبة لأستاذنا الكبير حيث تمثل القيم والعادات المتعلقة بدور المرأة في المجتمع عقبة رئيسية في سبيل تحسين الوضع الحالي للمرأة الريفية حيث لم يوافق (٣٢%) من المبحوثين في قرية مصرية تقليدية على تعليم البنت وجاءت التقاليد التي لا تسمح بتعليم البنت في مقدمة الأسباب للرفض يليها: البنت مصيرها الزواج، تعليم الذكور أهم من تعليم البنت، والرغبة في عدم خروج البنت من المنزل.

ولم يوافق (٢٨%) من المبحوثين على توظيف البنت وكانت أسباب عدم الموافقة هي: التقاليد تمنع توظيف المرأة،الوظيفة للرجال فقط،حتى لا تختلط بالرجال.

ولم يوافق (٢٣,٢%) من المبحوثين على حصول المرأة على حق الانتخاب، وكانت التقاليد التي تمنع ذلك أهم أسباب عدم الموافقة، يليها: المرأة للمنزل فقط، الدين يحرم ذلك، واتفقت هذه النتائج مع ما توصل إليه فؤاد دياب[١٠]، في بحثه لقياس اتجاهات الرأي العام بمدينة القاهرة نحو منحها حقوقها السياسية حتى كانت أسباب عدم الموافقة: المرأة مكانها المنزل، المرأة أقل من الرجل استعداداً وموهبة، والتقاليد الدينية والتقاليد الاجتماعية.

وكانت أهم دوافع عدم الموافقة على ترشيح المرأة في الانتخابات في دراستنا المشار إليها هي: التقاليد تمنع ترشيح المرأة وقد استنكر بعض المبحوثين ذلك ورددوا عبارات استنكارية: هي الرجال خلصت؟، دا المرة عمرها ما تربي عجل وينفع، من عملهم تجارته ياخسارته، لا يفلح قوم ولوا أمرهم إمرأة، وقال بعضهم المثل بيقول: شاورهم وأخلف شورهم فازاي أوافق على ترشيحهم؟

ونتفق مع أستاذنا المفكر مختار التهامي حول مسئولية أجهزة الإعلام عن دحض هذه العادات والتقاليد واقتلاعها من جذورها، وشرح سياسة الحكومة حيالها والملابسات المتباينة التي تمس مصالح الجماهير من قريب وتحتم الإقلاع عن هذه العادات والتقاليد البالية والترويج للقيم والعادات المفيدة مثل قيمة العمل وقيمة الإدخار ومواجهة بعض الجهات ذات المصالح الخاصة التي تجيد استغلال القيم والعادات المتوارثة لتوجيه الرأي العام توجيهاً يتفق مع مصالحها ومآربها السياسية والاقتصادية والاجتماعية فلقد استطاع الاستعماريون أن يتقنوا فنون السيطرة والتحكم عن طريق دراساتهم للعوامل الحضارية المختلفة والمقومات الثقافية في كل أمه.. واستطاعوا على ضوئها أن يمزقوا الأمم شيعاً ويفتتوا الشعب الواحد شعوباً متنافرة[١١]. فلقد أقام الاستعمار المعاهد المتخصصة لدراسة الشعوب المستهدفة والتعرف على ثقافتها وطابعها القومي لاستخدام ذلك في التأثير على الرأي العام في تلك

البلاد وتدريب كبار الساسة الاستعماريين والجواسيس ورجـال المخـابرات الذين يستخدمهم في تحقيق أهدافه في تلك البلاد، وعن طريق معرفة محتوى الثقافة من قيم وتقاليد ومعتقدات تمكن الاستعمار من تمزيق الشعوب شـيعاً ودق الأسفين بين جماعاتها المختلفة وأعضاء ثقافتها الفرعية.

ويحصر أستاذنا د. فاروق يوسف – رحمه الله – أهم نواحي تـأثير القيم في رأي الأفراد في النواحي الآتية[١٢]:

(أ) تؤثر في شكل سلبي أو إيجابي في نظرة الفرد أو الجماعة إلى الأفـراد الآخرين أو الجماعات الأخرى.

(ب) تؤثر على قرارات الفرد واختياره بين بدائل الحلـول للمشـاكل التـي يواجهها أو تواجهها الجماعة التي ينتمي إليها.

(ج) تحدد للفرد ما هو مقبول أو مرغوب فيه وما هو غير مقبـول أو غيـر مرغوب فيه من أنماط السلوك والرأي.

(د) تؤثر على المدى الذي يقوم الفرد في حدوده بالموافقة أو رفض الضغوط عليه.

(ه) تؤثر تأثيراً بالغاً في إدراك الفرد للمواقف أو المشاكل التي تواجهه.

(و) يعمل نسق القيم على تنظيم عملية الإدراك وذلك عـن طريـق تحديـد الحاجات التي يتم إشباعها وأولويات إشباعها وكذلك عملية انتقاء وتنظيم المدركات.

ثانياً: الدين:

يرى المفكر الكبير د. مختار التهامي أنه ينطبق على الدين ما ينطبق على العادات والتقاليد المتوارثة حيث يعتبر بالنسبة لجماهير الشـعب مـن المسلمات التي لا تقبل الجدل ولا تدخل في مجال الرأي العـام[١٣] ولعبـت الأديان وما تزال أدواراً مؤثرة وهامة في حياة الأمـم والجماعـات علـى اختلاف معتقداتها وأديانها. وقد طبقت الأديان – باعتبارها قوة ذات تأثيرات معنوية وروحية وثقافية، وذات مصادر مقدسة ومطلقة وأسمى مـن الإرادة الإنسانية الدنيوية – سلوك الجماعات وأنماط حياتهـا وأنظمتهـا السياسـية والاجتماعية بطابعها فما من أمة من الأمم، وما من جماعة من الجماعات إلا تأثرت بصورة أو بأخرى بالعامل الديني. وتعود جذور الدور المؤثر والفاعل للدين إلى قرون بعيدة فلقد لعبت الكنيسة دوراً أساسياً في حياة الكثيـر مـن الشعوب وفي مختلف البلاد التي أنتشرت فيها المسيحية، وخاصة في أوروبا حيث كان لها دور فاعل فـي الشـئون الروحيةوالسياسـية والاقتصـادية والاجتماعية[١٤].

وقد لعب الدين الإسلامي دوراً بارزاً في حياة الشعوب التي اعتنقتـه منذ فجر الدعوةالإسلامية وحتى يومنا هذا، وظهر تأثيره في مختلف الشئون الحياتية للمسلمين (أمة، ودولة، وتشريعاً، ومنهاج حياة) باعتبار أن الـدعوة

الإسلامية لم تقتصر على الشئون العبادية فحسب بل يصل تاثيرها إلى كل الشئون الروحية والحياتية[١٥].

ويصف مؤلف هام تأثير الدين الإسلامي على حياة العرب فيقول: لقد حل الدين محل القرابة كأساس للهوية الجماعية، والولاء محل العرف كقانون للجماعة وبينما كان شيخ القبيلة يحل منصب الرئاسة على أساس الموافقة الطوعية للقبيلة وهي موافقة يمكن إلغائها، فإن محمداً صلى الله عليه وسلم تولى السلطة على أساس من الامتياز الديني المطلق، واستمد سلطته ليس من الطرف المحكوم بل من الله[١٦].

ويعد الدين أحد مقومات النظام الثقافي، فالدين من العناصر الحضارية الراسخة التي لا تقبل أساسياتها الجدل وجوهر الدين يبقى ثابتاً لا يتزعزع إلا أن الدين كما يقول د. السيد عليوه[١٧] قد يستخدم استخداماً سيئاً كأن يعبأ به البسطاء من المتدينين ويلهب حماسهم لخدمة غرض معين فيتحول الإيمان إلى عصبية ومن الأمثلة علىذلك الحروب الصليبية الأوروبية بين الغرب والشرق في القرون الوسطى، والتوسع الاستعماري الأوروبي بحجة تحقيق رسالة الجنس الأبيض في نشر المسيحية وسيادة العالم والحركة الصهيونية الاستعمارية ومنها أيضاً الإدعاء الإلهي المقدس للملوك بأن الملوك خلفاء الله في الأرض[١٨].

والحقيقة أن الأديان السماوية الثلاثة نزلت لكي تضع للبشرية منهاجاً للحياة الدنيا وطريقاً للنجاة في الحياة الآخرة ولكي يتعلم الإنسان من صفات ربه الحسنى، فيحاول أن يكون في حياته قدوة حسنة يسير على منهاج ربه لكي ينصلح حاله وحال المجتمع بأسره[١٩].

ولقد اهتم الدين الإسلامي بالرأي العام، ونشطت الدعوة الإسلامية لكسب ميول الرأي العام نحو الإسلام في ربوع الأرض المختلفة دون تهديد أو إرغام، وأكد على حرية الرأي وحرية العقيدة ودعا الجماهير للتعبير عن آرائهم ومن معالم اهتمام الإسلام بالرأي العام قوله تعالى في سورة آل عمران الآية ١٥٩: "شاورهم في الأمر" وقوله تعالى في سورة الشورى الآية ٣٨: "وأمرهم شورى بينهم" وجاءت المساجد مع الإسلام كمنابر للرأي العام وتوجيهه ولتضامن المسلمين وتآلفهم ولكي يتدارسوا فيها شئون دينهم ودنياهم[٢٠].

ويعد الدين عنصراً أساسياً من عناصر تكوين الرأي العام ويقول د. محمد عبدالقادر حاتم في كتابه القيم: الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية أن الدين يفرض نفوذاً أوسع حتى على غير المتمسكين به، ويشكل مصدراً من مصادر الرأي العام[٢١] فالاستشهاد بآية قرآنية أو بأحاديث شريفة يخلق الاقتناع ويثير الحوافز والدوافع ويحرك المشاعر والعواطف[٢٢].

ثالثاً: التربية والتعليم:

تسهم المؤسسات التعليمية: المدارس والمعاهد والجامعات في تكوين الرأي العام وتشكيله سواء من حيث مضمونه المعرفي أو من حيث اتجاهه وقوته، حيث تؤثر في سلوك الأفراد وآرائهم واتجاهاتهم إلى جانب مهامها الأساسية في إكسابهم القدر الكافي من المعلومات العامة والمتخصصة ونؤمن إيماناً تاماً بأهمية المعلومات المتكاملة والحديثة فمن لا معلومات عنده لا رأي صحيح له.

وعلى الرغم من الأبحاث العديدة التي أجريت على دور التعليم في التأثير على الآراء، إلا أنه لم يتم التوصل بعد إلى معرفة الكيفية التي تؤثر بها المدارس على تكوين وإعادة تكوين الآراء. ولكن من المؤكد أن المدرسة تأتي بعد العائلة في ترتيب أهمية المؤسسات المؤثرة على أفكار التلاميذ في سنوات أعمارهم الأولى، فهي على أقل تقدير تدعم اتجاهاتهم وآرائهم التي اكتسبوها من العائلة.

ويساعد التعليم، بصفة عامة، التلميذ على التفكير وكلما ازدادت معرفته أتسع أفقه بما يمكنه من التحرر من وجهات النظر وخبراته السابقة التي أصبحت تختلف مع وجهات نظره الجديدة ولقد أشار "جيروسي" إلى مسألة غرس القيم السياسية في النفس قائلاً أنه يكون للمدارس تأثيراً، من خلال طريقة أو أكثر من الطرق الآتية(٢٣):

١- المضمون المنهجي وحده.

٢- المضمون المنهجي ونوعية الدراسة.

٣- التعبير المعلن للمدرسين عن قيمهم الشخصية داخل الفصول.

٤- التعبير العرضي للمدرسين عن قيمهم الشخصية خارج الفصول.

٥- تشبه التلاميذ بمدرسيهم وتبنيهم للقيم التي يعتنقها هؤلاء المدرسون.

ولذلك يرى المفكر الكبير مختار التهامي(٢٤) أن الاتجاهات السائدة في التعليم تؤثر تأثيراً كبيراً على مستقبل الرأي العام داخل الدولة، خصوصاً إذا قامت هذه الاتجاهات على مستقبل الرأي العام داخل الدولة، خصوصاً إذا قامت هذه الاتجاهات على أساس بث روح التفرقة العنصرية أو الدينية أو الطبقية أو إذكاء روح التعصب، ذلك أن النشء لا يستطيع في المرحلة الأولى من حياته أن يعمل عقله للتمييز بين الحق والباطل، والنتيجة المحتمة لذلك أن يكبر النشء وتكبر معه بعض أنماط من السلوك وألوان التعصب والتحيز التي تبلغ في نفسه مبلغ العقيدة واليقين لطول ما تلقاها وتلقنها وقرأها خلال سنى حياته المدرسية. وهكذا يشب جيل أو أجيال كاملة من الرجال والنساء المؤمنين بطائفة من الأفكار والشعارات التعصبية المتحيزة التي رسخت في نفوسهم وعقولهم وبلغت منها مبلغ العقيدة التي لا تقبل المناقشة والتفكير ومن أمثلة الأفكار والشعارات المضللة:

- الدعوة إلى الطاعة العمياء وتقديس الزعيم.
- القول بالتفوق الجنسي والتفرقة العنصرية في النظم الفاشية والرجعية عامة.
- الإدعاء بأن هناك مجالات للبحث العلمي لا ينبغي التطرق إليها ونضيف إلى ذلك القول بعدم الحاجة لتعليم المرأة – نصف المجتمع – حتى نجد من يؤمن ونحن على أعتاب الألفية الثالثة بذلك وكأنه يريد للمجتمع أن يتنفس برئه واحدة والمعروف أن أمية المجتمع تسلم إلى أمية الأفراد، وأمية الأفراد تعين على أمية المجتمع[٢٥]. ونحن من الذين يعتبرون التعليم المدخل الطبيعي لنجاح أي تغيير في الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ذلك أن معرفة القراءة والكتابة تساعد على التقمص الوجداني، والتجديد، والمعرفة السياسية، والانفتاح على العالم، حيث يلعب التعليم دوراً أساسياً في تزويد الفرد بالمعارف، والاتجاهات، والقيم الجديدة، وتهيئة سبل التفكير الموضوعي، وإزالة الهوة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية بإزالة المعوقات الثقافية، وخلق اتجاهات علمية جديدة تساعد على الانتقال بالمجتمعات التقليدية إلى مستوى العصر، فالتعليم يحفز الأفراد على تحقيق التقدم، وتقبل التغيير والرغبة فيه[٢٦].

ويساعد تعليم المرأة على تغيير النظرة التقليدية إليها، كما يوجد التعليم عند المرأة وعياً واضحاً بذاتها، ومركزها، ومكانتها، ودورها في المجتمع بصفة عامة وفي الأسرة بصفة خاصة، ويحررها من أوضاعها التقليدية، ويزودها بالقدرات التي تمكنها من أداء دورها في المجتمع.

إن التعليم هو الوسيلة القادرة على تغيير نظرة المرأة لذاتها، وتأهيلها للحياة الجديدة والطريق الوحيد لممارسة حقوقها وواجباتها التي كفلتها المواثيق الدولية، وأقرتها الدساتير الوطنية، فالقانون كفل كثيراً من الحقوق للمرأة، ومع ذلك، فإن ممارسة هذه الحقوق تستلزم المعرفة بهذه القوانين وإدراك أهميتها.

ويعني تعليم المرأة في رأينا سياسياً واجتماعياً أكثر مما يعنيه تعليم الرجل، لأنه يقرر مكانتها في المجتمع، في حين أن الرجل له مكانته في المجتمع – وخاصة المجتمع التقليدي – حتى ولو لم يتعلم، ولقد وجدت دراسة الدكتور كمال المنوفي عن الثقافة السياسية للفلاحين المصريين أن التعليم أصبح أحد محددات بناء القوة في القرية، كما أن التعليم الجامعي أو المتوسط يؤدي إلى دخول المرأة مجال العمل، وعلى حد تعبير الدكتور محي الدين صابر فإن تعليم المرأة يعني المهنة والعمالة والمشاركة في الحياة العامة، مما يساعد على استقلال المرأة الاقتصادي.

كما أن تعليم الرجل والمرأة يؤدي إلى تغيير نظرة كل منهما إلى الآخر، وأوضحت دراسة ميدانية للدكتورة سناء حسنين الخولي أن العلاقة

بين الزوج والزوجة المتعلمين تحولت في الغالب من التسلط واللامبالاة إلى علاقة تقوم على المحبة والألفة والمساواة(٢٧).

ولذلك ذكر الفلاحون عينة الدراسة الذين وافقوا على تعليم البنت في دراستنا الميدانية ونسبتهم (٦٤,٨%) أن الدوافع العامة للموافقة على تعليم البنت هي: لكي تتنور، لكي تعمل ولضمان مستقبلها ووجدنا ازدياد نسبة الذين يوافقون على تعليم البنت بين الذكور المتعلمين عنه بين الذكور الأميين(٢٨).

ولأهمية التعليم كمقوم من مقومات الرأي العام في الدولة الحديثة في تشكيل العقول، وبالتالي توجيه الرأي العام لأجيال عديدة قادمة حذر المفكر العربي مختار التهامي(٢٩) من تعدد الجهات المشرفة على التعليم في الدولة، وتعدد الأيديولوجيات الموجهة له، إذ أن معنى ذلك التعدد إعداد جيل متنافر في التفكير والاتجاهات والأهداف تنافراً يشبه – إلى حد كبير – ذلك يقع بين الأحزاب ذات المصالح الطبقية المتباينة فلقد قرأت أجيالاً كاملة من شباب مصر تاريخها الوطني على غير حقيقته، وصور لها الأبطال في تاريخها تائهين وراء سحب من الشك والغموض بينما وضعت هالات التمجيد والإكبار من حول الذين خانوا كفاحها.. كما لقنت أجيالاً متعاقبة من شباب مصر أن بلادها لا تصلح للصناعة ولا تقدر عليها.

رابعاً: النظام السياسي السائد داخل الدولة:

تلعب الأوضاع السياسية السائدة داخل الدولة دوراً فاعلاً في تكوين الرأي العام على النحو التالي:

(أ) النظم الديمقراطية:

حيث تسود حرية الفكر والاعتقاد وإبداء الرأي المخالف علانية بالنسبة للمسائل العامة دون خوف. وتتعدد في هذه النظم التنظيمات السياسية خاصة الأحزاب السياسية المتنافسة ذات البرامج المعلنة التي توضح موقفها بالنسبة للمشكلات العامة وتقدم بدائل الحلول لها حيث يسعى كل حزب منها للحصول على تأييد الرأي العام لبرنامجه ووجهة نظره عن طريق ما يقدمه من بيانات وحجج وبراهين تؤيد ذلك سواء كان حزباً حاكماً أو معارضاً(٣٠).

وتعتبر الحياة الحزبية ضرورة من ضرورات الحياة السياسية الصحيحة فالحياة الحزبية في بيئة تتميز بالحرية والانفتاح تعتبر ظاهرة صحية للنظام السياسي بينما تؤدي الحياة الحزبية في بيئة لا يسودها مناخ حرية وشفافية وانفتاح وتختلط فيها قيم التحديث بموروثات المجتمعات المتخلفة كالطائفية والعشائرية والعائلية والولاءات الشخصية، تؤدي إلى تفتيت الرأي العام وتحول الصراع الديمقراطي إلى نزاعات تتحكم فيها الغرائز والمصالح الفئوية الضيقة التي قد تؤدي إلى حروب أهلية(٣١). كما يرى بعض المفكرين أن وجود الأحزاب السياسية المتناحره التي تمثل

مصالح متباينة من شأنه – وبخاصة في البلدان المكافحة من أجل الاستقلال والتخلص من ربقة الاستعمار او مؤامراته – أن يضعف من قـوى الـرأي العام في الدولة ويؤدي إلى تفتته وإنقسامه بالنسبة للمسائل الحيوية الهامة(٣٢).

وتسعى الحكومات الديمقراطية إلى التأثير في الرأي العام، طمعاً في الحصول على تأييد الغالبية الشعبية، وتلجأ هذه الحكومات إلى عدة وسـائل لتحقيق ذلك من أهمها الوسائل الخمس الآتية(٣٣):

١- **العمل على تنمية وزيادة الوعي السياسي لدى الجماهير:** ويعتمد الوعي السياسي للمواطنين على درجة الثقافة والتعليم التي وصل إليهـا أفـراد الشعب، حيث تؤهل الثقافة والتعليم الشعب للمشاركة الإيجابية المختلفـة كالانتخابات، ووسائل الإعلام والاهتمام بالتنشئة السياسية للمواطنين من الصغر.

٢- **ضرورة عرض الحقائق كاملة على الرأي العام:** حيث ازداد حاجة الرأي العام للحصول على المعلومات والحقائق بصفة مستمرة عـن الأحـداث والقضايا العامة حتى يستطيع أن يكون وجهات نظرة الصائبة تجاه تلـك الأحداث ولاسيما مع انتشار وسائل الإعلام وتحول العـالم إلـى قريـة صغيرة ويساهم هذا العرض للحقائق كاملة وبموضوعية في القضاء على الشائعات وعدم ظهور تقلبات مفاجئة في اتجاهات الرأي العام.

٣- **استخدام وسائل الإعلام في التأثير على الرأي العام:** حيـث أصـبحت وسائل الاتصال من راديو وصحف وتليفزيون وخاصة القنوات الفضائية العامة والمتخصصة في متناول الجميع وتتخطى الصـعوبات الطبيعيـة والمصطنعة وتصل إلى المواطنين في أي مكان طوال الليـل والنهـار ولذلك تهتم الحكومات الديمقراطية باستخدام وسائل الإعلام فـي شـرح سياستها ومحاولة صياغة الرأي العام وتوجيهه الوجهة التي تتفـق مـع الصالح العام.

٤- **الاهتمام باستطلاع الرأي العام:** ولذلك تزداد معاهد ومراكز قياس الرأي العام في الدول الديمقراطية مما يمكن الحكومات الديمقراطية من دراسة اتجاهات الرأي العام ورسم السياسات المناسبة لمواجهتها.

٥- **توفير الحرية للتنظيمات السياسية الشعبية:** للقيام بدورها فـي العمـل السياسي وخاصة مؤسسات المجتمع المدني كالجمعيات الأهلية والنقابات المهنية.

ويكون المواطنون في النظم الديمقراطية على درجة عالية من الوعي بسبب حرية الرأي وتنوع الحلول المطروحة للمشاكل بسبب التعدد الحزبـي وعدم احتكار وسائل الاتصال الجماهيرية واهتمام المواطنين بالمشاكل العامة ومشاركتهم في الحياة السياسية. ويترتب على ذلك أن يتكون الرأي العام على أساس المناقشات العميقة وفي حرية تامة ولذلك نجد الرأي العام فـي هـذه

المجتمعات الديمقراطية يتسم بالعمق والاستنارة والعقلانية والثبات النسبي والظهور والوضوح والتعبير السلمي عن نفسه. ويكون هناك نوع من الرضى العام بسبب وجود قنوات اتصال إيجابية بين الرأي العام والحكومة واستجابة الأخيرة لاتجاهات الأولى، مما يساعد على الاستقرار السياسي واستتباب الأمن والنظام في المجتمع ويجعل السلطة الحاكمة معبرة عن الإرادة العامة للشعب وممثله له في تحقيق آماله وتطلعاته(٤٣).

(ب) النظم غير الديمقراطية:

أن النظم غير الديمقراطية هي النظم التسلطية التي تقوم فيها السلطة الحاكمة بالتسلط والسيطرة على أفراد الشعب، وتتحكم في آرائهم، وتحد من حقوقهم وحرياتهم وتحاول فرض نظام سياسي أو مذهبي معين على الشعب دون قبول معارضة من أحد، ومن أمثلتها نظم الحكم الشيوعية والنازية والفاشية وعدد من دول العالم الثالث المتخلفة التي تدعي تطبيق الحكم الديمقراطي وهي في الواقع بعيدة كل البعد عنه للضغط والتسلط والتحكم الذي تفرضه هذه النظم على جماهير الشعب من كبت للحريات وتقييد للرأي العام ومحاولة تكوينه بأسلوب يساير أهداف هذه النظم ومبادئها(٣٥). فالنظم الديكتاتورية تضع القيود على الحرية الفردية والجماعية، وتفرض الرقابة على وسائل الإعلام، وفي الغالب تمتلك الدولة نفسها هذه الوسائل وتحظر تملكها على الأفراد والجماعات والهيئات. وتقوم الدول الديكتاتورية بدعاية قوية، لا تتورع فيها عن استخدام الأساليب المنافية للأخلاق كالكذب والخداع والتضليل والتهويل فضلاً عن حجب الحقائق عن الشعب. والنتيجة في هذه الحالة هي خلق رأي عام "مصطنع" أو مفتعل يكون في العادة فجاً ومتسماً بالسذاجة والغفلة مثلما كان الرأي العام في ألمانيا النازية وإيطاليا الفاشية إبان الحرب العالمية الثانية وقبل نشوبها بعدة سنوات(٣٦).

والخلاصة، غياب الرأي العام في ظل النظم غير الديمقراطية بأنواعها المختلفة: العقائدية – حيث تسود عقيدة سياسية رسمية لا تمثل في نظرهم مجرد فكر وإنما حقائق مطلقة لا تقبل الجدل تستخدم كمعيار لتحديد ما هو صواب وما هو خطأ – أو غير العقائدية حيث لا توجد عقيدة سياسية تستخدم في تربية الكوادر وتنشئة المواطنين مثل ظاهرة الإنقلابات العسكرية التي أصبحت ظاهرة تتكرر كثيراً في دول العالم الثالث(٣٧) وينتشر الاعتماد فيها على الأمر والنهي واستخدام السلطة والإكراه مما يؤدي مع الزمن إلى تعود المواطنين على الخضوع والسلبية.

ولذلك نجد أنه بسبب عدم الحرية في إبداء الرأي العلني، وقلة البيانات وتناقضها وعدم وجود الرأي الآخر وتناقض ما تقوله وسائل الإعلام والتعود على الخضوع والسلبية، وهي من أهم سمات الرأي العام في هذه النظم غير الديمقراطية وجود رأي كامن غير ظاهر سطحي وغير عميق

يمكن أن ينتقل من النقيض إلى النقيض في فترة وجيزة يتسم بالتذبذب الكبير والسطحية وعدم العمق. كما ينعدم التعاطف والتضامن والثقة والفهم بين الحكومة والشعب وقد يعبر الرأي العام عن نفسه أحياناً بوسائل العنف(٣٨).

والخلاصة، أن الأوضاع السياسية القائمة داخل الدولة تؤثر في تكوين الرأي العام بها، فإذا كان نظام الدولة قائماً على الدكتاتورية والاستبداد بالرأي والرأي العام والاستعلاء على الجماهير واحتقارها وإشاعة التعسف والإرهاب فإن هذا يؤدي حتماً إلى سلبية الرأي العام في الدولة إذ يحل محله "الخوف العام" أو "السخط العام"(٣٩).

وجدير بالذكر أن بعض المفكرين يرون أن وجود الأحزاب السياسية المتناحرة التي تمثل مصالح متباينة من شأنه أيضاً – وبخاصة في البلدان المكافحة من أجل التخلص من نير الاستعمار ومؤامراته – أن يضعف من قوى الرأي العام في الدولة، ويؤدي إلى تفتته وانقسامه بالنسبة للمسائل الحيوية الهامة(٤٠).

خامساً: الزعامة:

يرتبط موضوع الزعامة بتكوين الرأي العام ارتباطاً عضوياً وثيقاً، ومن ثم فقد لقى موضوع الزعامة اهتماماً فائقاً من الباحثين والعلماء والدارسين، باعتباره عنصراً رئيسياً بالغ الأهمية يلعب دوراً خطيراً في تشكيل الرأي العام، وفي التأثير على اتجاهاته، لأن الزعامة هي قيادة الجماهير والتأثير في معتقداتها، وتشكيل آرائها بطريقة تحقق الأهداف المرجوة. ذلك أن الزعيم الحقيقي هو الذي تتمثل وتتركز فيه آمال الشعب وأحلامه وتطلعاته، والذي يستمد قوته من إدراكه لرغبات شعبه ومطالبه واحتياجاته، فهو التجسيد الحي لمشاعر الجماهير(٤١).

إن الزعيم كما عرفه ليندمان هو الشخص الذي يتقبل الناس أحكامه ومشاعره باعتبارها أساساً للعقيدة والسلوك، فالزعامة هي قيادة الجماهير، والتأثير في اتجاهاتها وأفكارها، والقدرة على تعبئتها والتحكم بتوجهاتها والقدرة على الحصول على ثقتها بحيث يغدو الزعيم أمل الأمة ومرتجاها في مواجهة ما يعترضها من عقبات(٤٢).

ولا ريب في أهمية الأدوار التي يلعبها الزعماء في توجيه الرأي العام في مجتمعاتهم، فالزعيم الناجح بما يتاح له من دراسات ورؤى صافية بحكم ما لديه من بيانات ومعلومات لا تتاح لغيره يكون أقدر على معرفة الاتجاه الذي يتجه إليه مؤشر الرأي العام، وذلك هو المؤشر الذي يرتبط بصورة واضحة بمشاعر وأحاسيس الناس ومادام الأمر كذلك فإنه يعبر عن اتجاهات الجماعة التي يتزعمها بصدق وعن عقلها الجمعي وإلا فما نجحت دعوته(٤٣).

وعادة ما تكون أفكار الزعيم تحوي كل ما يحقق لأمته الخير وما يقوي الروح المعنوية ويدفع بالعجلة الاقتصادية والاجتماعية إلى التقدم.

ولا شك أن الزعيم الناجح هو الذي يتميز بالقدرة على استكشاف اتجاهات الرأي العام، والتعبير عن هذه الاتجاهات وتصبح خطبة ومظاهر سلوكه معبرة عن مطالب الجماهير واهتماماتها.

ويلخص فردريك جوانب هذا الدور الإيجابي فيما يلي(٤٤):

١- ابتكار أهداف ووسائل جديدة، واتجاهات ونماذج وسياسات يقتنع بها المجتمع لحل مشاكله بشكل أفضل.

٢- الحفاظ على القيم والنماذج التقليدية المحورية في الجماعة التي ثبت أهميتها وجدواها.

٣- المبادرة إلى استخدام كل الوسائل والضمانات الممكنة لمنع القوى في الداخل والخارج التي تهدد المجتمع بالانهيار أو بتقويض طريقة الحياة التي ارتضاها لنفسه، وبذلك يكفل حماية تكامل الجماعة وتماسكها في مواجهة الانهيار الثقافي والمادي العنيف.

تصنيفات الزعامة:

لا يوجد تصنيف متفق عليه للزعامة، فقد يجمع الزعيم بين أكثر من نوع واحد فهناك من الباحثين من يصنفون الزعامة والقيادة إلى أنواع ثلاثة هي: زعيم أو قائد المؤسسات، القائد المسيطر، والقائد الاستمالي وهناك تقسيمات أخرى نقف أمام أشهرها:

التصنيف الأول: يقسم الزعامة إلى أربعة على النحو الآتي(٤٥):

(أ) القائد أو الزعيم الفكري:

وهو الزعيم أو القائد الذي يسيطر في عالم الأفكار، ويتمتع هذا الزعيم عادة برؤية واسعة، ويضع خطط المستقبل للجماعة. وقد يوصف هذا الزعيم بأنه مثالي أو حالم. ومن هنا قد يفشل عن محاولة تطبيق أفكاره، ولكنه يستطيع أن يرى بوضوح المسارات والبدائل المختلفة للعمل.

وعلى كل حال فإن عصرنا الحاضر الذي يتميز بالعلم والمعرفة، يرى في مثل هذا الزعيم أو القائد نموذجاً مؤثراً، ولعل جاليليو وداروين ولينين وجوته يعتبرون من بين قادة الفكر هؤلاء.

(ب) القائد أو الزعيم الإداري:

وهو القائد الذي يقول ليفعل، فهو رجل أعمال وإنجاز في مجالات التجارة والسياسة والحكم. وربما يبعد مثل هذا القائد عن رؤية وجهات النظر الأخرى. ومن هنا فيمكن أن نقول بأن مثل هؤلاء القادة أو الزعماء منهم: التسلطي ومنهم الديمقراطي، وإذا كان الزعيم التسلطي يعمل في جماعة تتقبل حكم الرجل الواحد ويوجد عادة في النظم غير الديمقراطية، فإن القائد أو الزعيم الديمقراطي يتميز بالثبات والحكمة، وهو يحاول فهم أحاسيس شعبه

ووضع أصابعه على نبض الرأي العام قبل أن يتخذ قراراته، ولا يتردد في أن يتقدم للرأي العام بالضوابط التي تحد من سلطته هو، وأن يجعل من مؤسسات الدولة الضابط الذي يحول بين الحاكم ومن يأتون بعده وبين الديكتاتورية.

(ج) الزعيم الرمزي:

وهذا القائد مثل ملكة بريطانيا تملك ولا تحكم أو رئيس جمهورية الهند أو غيرهما من ملوك ورؤساء الدول الذين يعتبرون رمزاً للدولة ويعملون بذلك على استقرار شكل الحكم فيها وهؤلاء ينبغي أن تكون صورتهم محبوبة لدى الرأي العام.

(د) زعيم الدعوة أو الإثارة:

يتبنى هذا الزعيم عادة إحدى القضايا حيث يقود حملات سياسية مكثفة للدفاع عنها، ويكون لهؤلاء الزعماء مقدرة فائقة على الاستمالة والإقناع، كما أن دعايتهم تكون مؤثرة للغاية، ويصنف معظم المصلحين الاجتماعيين في هذا القسم، ذلك لأنهم قادرون على إحداث تغييرات في أفكار الناس واتجاهاتهم. ويأتي تشرشل ودعوته وزعامته خلال السنوات الأخيرة للحرب العالمية الثانية كمثال لهذا النوع من الزعماء حيث استطاع رفع الروح المعنوية للشعب البريطاني حتى أحرز النصر على قوات المحور.

التصنيف الثاني: يقسم الزعماء إلى ثلاثة طبقات لطبيعة الرسالة التي يؤديها الزعيم على النحو التالي[٤٦]:

(أ) الزعامة الدينية:

وهي زعامة روحية خالصة، يعتبر الأنبياء والرسل أروع مثال لها، إذ تستوعب رسالتهم مخاطبة العقول، وتبليغ رسالة السماء التي تدعو إلى المحبة والإخاء والمساواة والسلام والعدل والرحمة والحرية. ويمتاز الزعماء الدينيون بقوة المنطق والأخلاق الحميدة والبلاغة الشديدة والصفاء الذهني وسمو الروح والبعد عن المطامع الشخصية والأغراض الدنيوية وبالتالي يكون تأثيرهم على الجماهير تأثيراً بالغاً ويتحد من خلفهم الرأي العام، يطيع تعاليمهم ويعمل بها وينشرها بين الجماهير.

(ب) الزعامة الاجتماعية:

تظهر الزعامة الاجتماعية في أوقات الشدائد، عندما تشتد المحن بالبلاد وتتدهور حالة الرعية وتعصف بالأوضاع العامة أزمة أو أزمات تبدو مستعصية على الحلول.. ففي مثل هذه الأحوال يمكن ظهور الزعامات الاجتماعية.

ومن أمثلة الزعامات الاجتماعية التي عرفها العالم: دعاة الحقوق المدنية والإصلاح والعدالة: مارتن لوثر كنغ في الولايات المتحدة الأمريكية،

جمال الدين الأفغاني في الشرق الذي أمضى حياته مناضلاً من أجل التنوير وتحرير العقول والدعوة إلى الانفتاح على الحضارة الإنسانية.

(ج) الزعامة السياسية:

من المعروف أن بعض الحركات السياسية الكبرى التي لها قواعدها الشعبية الواسعة منيت بالفشل لأنها لم تجد الزعيم أو الزعماء الذين كان يمكنهم أن يحولوا قوة هذه الحركات العفوية إلى سلطة منظمة.

إن نماذج القادة والزعماء العظام الذين كان لهم أدوار مميزة في التاريخ متعددة فهناك غاندي محرر الهند وجمال عبدالناصر الزعيم العربي، وباتريس لومومبا الزعيم الأفريقي الذي تحدى الاستعمار المهيمن على بلاده، ونلسون مانديلا وشارك ديغول وغيرهم من القادة الذين خلدهم التاريخ بأعمالهم.

ولعل تقسيم القادة أو الزعامة إلى نوعين عند المفكر الكبير مختار التهامي[٤٧] يوضح الفرق الكبير بين الزعيم والمهرج فالنوع الأول من القادة هو القائد المهرج أو الطاغية، ويصل هذا القائد أو الطاغية إلى الحكم عادة في أوقات الأزمات العنيفة، وبخاصة الأزمات الاقتصادية حيث يشيع اليأس وتحين الفرصة لكي يتقدم هذا القائد الانتهازي إلى الأمة ويستولى على قيادتها بالأماني والوعود المعسولة التي يوزعهابلا حساب مستغلاً الحالة النفسية والعقلية للجماهير. وسرعان ما ينقلب هذا القائد ويفصح عن حقيقة أمره، فيحكم الأمة بالحديد والنار ويسوق الشعب سوق القطيع ليحقق رغباته الأنانية أو رغبات أسياده المختفين وراء الستار. ويعتبر هذا النوع من القادة الشعب وسيلة لا غاية، ويحتقر الجماهير ويخالفها ويسوقها ولا يقودها ويخدعها ولا يخلص لها. والرأي العام في ظل هذه القيادة لا وجود له، فالنقاش محرم، والقائد مؤله، والسيف قائم فوق رقاب العباد.

أما النوع الآخر، والذي ميزه المفكر التهامي "بالزعيم" لأنه جدير به، مستحق ألا يشاركه فيه طاغية أو مهرج، فهو لا يدعي العصمة ولا استلهام الوحي، يؤمن بالعلم، بالتجربة والخطأ، ويستفيد من الأخطاء التي كشفت عنها التجربة،ويضع دائماً نصب عينيه أن الشعب هو الزعيم الحقيقي، وأن زعامته ليست سوى تفويض من الشعب.

سادساً: الثورات والتجارب والأحداث الهامة في حياة الشعب والشعوب الأخرى:

(أ) التجارب والأحداث الهامة:

تؤثر التجارب التي تخوضها الشعوب – وبخاصة التجارب التي مازالت حية في أذهان الأجيال المعاصرة – تأثيراً كبيرا في توجيه الرأي العام للشعب، كما تستفيد بعض الشعوب من تجارب البعض الآخر[٤٨].
فتجربة الشعب المصري المريرة مع الغرب هي التي تجعله لا يثق فيه،

ويستقبل كل قرار للتخلص من سيطرته بالترحاب والتأييد كما حدث بالنسبة لقرار تأميم قناة السويس ١٩٥٦، كما أن تجربة الشعب المصري المريرة مع العدوان والغطرسة والخداع والكذب الصهيوني هي التي تعوق تنفيذ اتفاق السلام بين مصر وإسرائيل وتقف حجر عثرة في طريق التطبيع، ويعمق الإعلام المصري المسئول هذه التجارب بما يبثه من مواد درامية أحدثها مسلسل وادي فيران الذي كشف حرص اليهود والصهيونية العالمية على فصل قطعة عزيزة من الأرض المصرية – سيناء – ومنحها الاستقلال والعضوية الدائمة في مجلس الأمن.

ولقد كان للتجربة العظيمةالناجحة التي خاضها الشعب المصري عند تأميمه لقناته آثارها لدى شعوب العالم كافة التي تعاني من نيل الاحتكارات العالمية الأجنبية فقام شعب بنما في ضوء التجربة المصرية بثورة عارمة ضد الاستعمار الأمريكي مطالباً بإجراء المستعمر وتأميم القناة[٤٩].

وعلى هدى هذه التجربة نفسها استطاعت كثير من الشعوب العربية النفطية الضغط على الشركات الاحتكارية الأجنبية المستغلة لها والحصول على عائد أكبر مما كانت تحصل عليه.

إن الرأي العام شديد الحساسية بالنسبة للتجارب والأحداث الكبرى، كما أن الأحداث الخطيرة تحول الرأي العام من النقيض إلى النقيض في فترة قصيرة، فالأحداث أقدر – بوجه عام – من الخطب والكلمات المذاعة عبر موجات الإذاعة وقنوات التليفزيون – علىتكوين الرأي[٥٠]:

- فعندما اتخذ روزفلت موقفاً مؤيداً للحلفاء في الحرب تغيرت اتجاهات الأمريكيين ذوي الأصل الألماني نحو ألمانيا.
- ولا شك أن انتصار اليابانيين على روسيا ١٩٠٥ قد أيقظ أوروبا وحجم أسطورة الرجل الأبيض.
- كما استطاع اليابانيون إثر تحليقهم فوق ميناء بيرل هاربر في السابع من ديسمبر ١٩٤١ لمدة دقيقتين إنهاء عزلة أمريكا التي دامت أكثر من قرن ونصف من الزمان.
- وكان إغراق السفينة الحرفية إيلات على يد البحرية المصرية حدثاً هاماً ومقدمة للحدث الأكبر: الزلزال الذي حول الرأي العام العربي من حالة الخوف والتمزق إلى حالة الثقة والكرامة: نصر أكتوبر ١٩٧٣.
- وكان فوز نجيب محفوظ بجائزة نوبل للآداب حدثاً هاماً أيقظ العالم كله وبدأ الرأي العام العالمي يعرف أن بين العرب نجيب وزويل ويفوزا بجوائز نوبل للآداب والكيمياء.

والخلاصة، أن الأحداث الهامة (الحروب، التجارب، الكوارث الطبيعية، الأزمات الاقتصادية، المكتشفات العلمية ..إلخ) تجارب اجتماعية

محرضة تدخل فيها الجماعة كوحدة عضوية متجاوزة منهـا الخصوصـيات الذاتية وردود الفعل الفردية. ويلعب التلاحم بين عناصر الجماعة في مثل هذا الوضع دوراً أساسياً في بلورة روح الجماعة إزاء مـا يصـادف الشـعوب والأمم من أحداث. ذلك أن الرأي العام - خاصة في الأنظمـة الديمقراطيـة حيث يتاح له المجال للتعبير عن مواقفه واتجاهاته بحرية، واتخاذ القرار الذي يتلاءم مع قناعته - يختزن في ذاكرته الجماعية صـور الأحـداث الهامـة العظيمة سواء تلك التي يعتز بها أو التي ما يزال يشعر بمرارتها هذا الرأي العام يستعيد، عند محطات معينة، تلك المواقف من مخزون ذاكرته ليتخذ من المواقف ما يتلائم مع قناعاته وتجاربه مستفيداً من العبر التي يستخلصها مما يكون قد مر به من تجارب وأحداث[٥١]، ذلك أن تجارب الأمم أقوى دائماً من أساليب الدعاية لأنها تمثل الحقائق الرئيسية التي تؤثر تأثيراً مباشراً وملحوظاً في رفاهيتها ومستقبلها[٥٢].

(ب) الثورات الكبرى:

تعتبر الثورات الكبرى من الأحداث التي تترك آثاراً لا تمحـى فـي حياة الأمم وتاريخها وذاكرتها. ويؤدي نجاح ثورة من الثورات غالباً، إلـى امتداد المناخ الثوري إلى البلدان المجاورة، وهذا ما يخلق حالة جفاء وحـذر وعداء تجاه النظام الجديد المنبثق من الثورة وقد يدخل النظام الثـوري فـي نزاعات وحروب مع البلدان المجاورة.

- فلقد واجهت الثورة الفرنسية مواقف عدائية من الأنظمة الملكية المجاورة.
- وحوربت الثورة البلشفية غداة اندلاعها ليس من أعدائها الداخليين الـذين تلقوا مساعدات من الخارج بل من الأنظمة الرأسمالية القريبة منها والبعيدة عنها.
- وحوربت ثورة ٢٣ يوليو من قوة الرجعية داخل مصر وخارجها حتى أن أعداء ثورة يوليو - وكما جسد فيلم ناصر ٥٦ - جلسوا ينتظرون هزيمة مصر في ١٩٥٦ وكأن مصر التي ستهزم ليست الأرض التي يعيشـون عليها وتحتضنهم رغم كل ما ارتكبوا ضدها في الماضي.

والخلاصة، أن الثورات تجارب أساسية في حياة الشعوب، والظاهرة الأساسية للثورة هي تحرك الرأي العام في البلد الثائر لتحقيق الأهداف التـي طالما سعى إليها وآمن بها، وهي - عادة أهـداف ذات جـذور اقتصـادية واجتماعية وتاريخية عميقة، فالثورات إذن مرحلة تطور من سلبية التفكيـر إلى إيجابية التنفيذ المستند علىالعمل الثوري والتأييد الجماعي الإيجابي[٥٣].

ولا تقتصر تجربة الثورة الناجحة وآثارها على البلد أو الشعب الذي قام بها، وإنما تمتد إلى البلاد الأخرى ولدينا أمثلة واضـحة لـذلك: الثـورة الفرنسية، الثورة الأمريكية، الثورة البلشفية وثورة ٢٣ يوليو المصرية وامتد أثر الثورة الأخيرة بمفاهيمها التحررية السياسية والاجتماعية إلى أبعد مـن

حدود البلاد العربية ليؤثر في الرأي العام لجميع الشعوب المناضلة في آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية(٥٤).

سابعاً: المناخ الاقتصادي:

لا يقل تأثير الأوضاع الاقتصاديةوالتحولات الناتجة عنها أو المؤثرة فيها على الرأي العام عن تأثير الأوضاع السياسية مع التأكيد على التفاعل المتبادل بين ما هو سياسي وما هواقتصادي. وقد يرجع ذلك إلى أنه يندر أن يكون هناك مسألة من المسائل الاجتماعية أو السياسية أو الثقافية لا تتأثر بالعامل الاقتصادي بدرجة أو بأخرى فالأوضاع الاقتصادية لها تأثير كبير على نظام الأسرة وعلى الطبقات الاجتماعية وعلى نسق القيم في المجتمع وعلى تشكيل نظامه السياسي. وعن طريق تأثير العوامل والظروف الاقتصادية على النواحي الاجتماعية والثقافية والسياسية للمجتمع فإنها تؤثر على ميول الناس واتجاهاتهم وبالتالي على آرائهم.

ونود إبراز تأثير المناخ الاقتصادي على اتجاهات الرأي العام من خلال ثلاث نقاط رئيسية أهمها:

١- مدى تأثير العوامل الاقتصادية على الرأي العام(٥٥):

يوجد خلاف في الرأي بين العلماء فيما يتعلق بتأثير العوامل الاقتصادية على الرأي العام، حيث يرجع الفكر الماركسي كل شيء للعوامل الاقتصادية أو البناء التحتي فهو المحدد الوحيد للبناء الفوقي الذي يشمل الرأي العام والنظام السياسي وعندما يجدون من الدراسة ما يعارض ذلك فإنهم يعللون ذلك بعدم الوعي أو الوعي الزائف. أما الفكر الغربي فإنه يحاول أن يقلل من الدور الذي يلعبه العامل الاقتصادي بالنسبة للرأي العام لدرجة أن البعض يعتبره دور ثانوي في كثير من الأحيان ويحاول بطريقة أو أخرى إثبات ضعف تأثيره. ويرفض المفكر السياسي الكبير فاروق يوسف ذلك حيث يرى ان تأثير العامل الاقتصادي على الرأي العام ليس ضعيفاً وإنما هو تأثير قوي وفعال، وقد يكون العامل الاقتصادي هو أقوى محددات الرأي العام على الإطلاق، ويضيف أيضاً أن هناك عوامل أخرى مؤثرة وقد يكون السبب في ضعف العامل الاقتصادي وقوع الأفراد تحت الضغوط المتعارضة عند تكوين آرائهم كأن تتطلب مصالح الفرد الاقتصادية تأييد رأي معين بينما تدفعه قيم المجتمع أو معتقداته على عكس ذلك.

٣- أشكال العلاقة بين العامل الاقتصادي والرأي العام(٥٦):

تأخذ العلاقة بين العامل الاقتصادي والرأي العام شكلين هما:

- الشكل الأول: هو أنه – كما يرى البعض – فإن الرأي قد يباع ويشتري في المحلات مثل الأحذية!!! فكثير من الآراء المعلنة في الحياة الخاصة والعامة قد تكون مدفوعة الثمن. ويظهر ذلك واضحاً في النفاق الاجتماعي وفي الدعاية الانتخابية وفي بيع الأصوات الانتخابية.

- الشكل الثاني: ويتمثل في أن الظروف الاقتصادية قد تحدد آراء الناس إلى درجة كبيرة فيندر أن تجد مشكلة عامة لا يكون للعامل الاقتصادي تـأثير فيها على الرأي العام. فالأفراد يتأثرون في تكـوين آرائهـم بمصـالحهم ومصالح الجماعة أو الجماعات التي ينتمون إليها، حيث تلون المصـالح والحاجات للفرد الموضوعات بما يتمشى معها. ولو أنه في بعض الأحيان قد لا تكون تلك المصالح واضحة للأفراد أو أنهـم لا يعـون مصـالحهم الحقيقية. كما أن الأفراد – خاصة في الدول النامية – يكونون منشـغلين طوال يومهم بالعمل من أجل البقاء أحياء وليس لديهم الوقـت أو الجهـد اللازم لمناقشة المشاكل العامة. ويترتب على هذا نقص في الوعي وعـدم مشاركة في الحياة العامة يجعلهم لا يمثلون عنصراً في تكوين الرأي العام في بلادهم.

٣- أثر تفاوت الثروة داخل الدولة على الرأي العام(٥٧):

(أ) يتعرض الرأي العام داخل الدولة لإنقسامات خطيرة وتزيفات كثيـرة إذا كان هناك تفاوت كبير في توزيع الثروة داخل الدولة، فسـوء توزيـع الثروة يؤدي إلى إنقسام الأمة الواحدة إلى أمتين، ولسـيادة رأي الفئـة الأقوى اقتصادياً عن طريق الضغط والإكراه الذي تمارسه على أغلبيـة الشعب الفقيرة كما كان يحدث في بلادنا في الانتخابات البرلمانية قبـل ثورة ١٩٥٢.

(ب) يؤثر اختلاف الأوضاع الاقتصادية داخل الدولة وتعرضـها للأزمـات الاقتصادية من بطالة ومجاعة وتضخم وانخفاض في القـيم الشـرائية وندرة في الإنتاج على اتجاهات الرأي العام؛ فـالجوع مرشـد سـيء للشعوب والشعب الجائع لا يمكن أبداً أن يسـتخدم العقـل وأن يقتنـع بالمنطق، ويكون لقمة سائغة في أيدي محترفي السياسة.

وقد استطاع الحزب النازي في ألمانيا أن يستحوذ فجأة على نحو سـبعة ملايين صوت من أصوات الناخبين في انتخابات عام ١٩٣٠ في الوقت الذي لم يتجاوز فيه عدد أعضاء الحزب ٣٨٩ ألف نسمة، ويمثل الفارق أصوات العمال المتعطلين في ألمانيا في ذلك الوقت.

(ج) إدراك الاسـتعماريون والاحتكـاريون تمـام الإدراك أثـر الأزمـات الاقتصادية الحادة في الانحراف بتفكير الرأي العام فكـان اسـتخدامهم لسلاح المقاطعة والحصار الاقتصادي ومنع المعونات في حربهم ضـد الدولة النامية التي تنتهج سياسة تحررية لا يرضون عنها.

ثامناً: المناخ الثقافي والإعلامي والفني:

إن المناخ الثقافي والفني والإعلامي الذي يعايشـه الإنسـان طفـلاً وصبياً ويافعاً ورجلاً يؤثر تأثيراً بالغاً على تشكيل عقله وتفكيره وما لم يكن هذا المناخ مناخاً صحيحاً سليماً يغذي الناس بالمعلومات والأفكـار والقـيم

والمشاعر السليمة ويفتح آفاقها ويربي ذوقها ويشحذ إرادتها ويرتفع بدوافعها فلن يمكن بأية حال من الأحوال أن يسود الأمة أو المجتمع رأي عام سليم وصحيح يقاوم الانحراف وينبذ الأنانية والتعصب ويدفع عجلة التقدم والبناء ذلك أن مسئولية أجهزة الإعلام والثقافة في عصرنا هذا مسئولية كبرى فيما يمكن تسميته: **تربية الرأي العام وإعداد المواطن الصالح**[٥٨].

ولقد اجتاحت الثورة الإعلامية الجديدة، كل أدوات الرقابة ووسائلها، وتمكنت من اختراق الحواجز التي أقامتها الأنظمة الحكومية، ولعبت دور المنبه والمحرض وحتى الدافع إلى الثورة متى كانت أسبابها قائمة فمن الواضح أن موجة الثورات التي تفجرت في أوروبا الشرقية خلال عام ١٩٨٩ كانت محصلة ثلاث عوامل متضافرة: فشل الاشتراكية على المدى الطويل، إعلان الاتحاد السوفيتي أنه لن يساعد الحكومات الشيوعية بالتدخل العسكري ووابل الأنباء التي تدفقت على الدول الشيوعية عبر وسائل الاتصال الجديدة بالرغم من كل جهود الرقابة، كما أن نيكولاي شاوشيسكو الذي فرض رقابة تفوق في صرامتها الأنظمة الرقابية في كل النظم الشيوعية، وكان مولعاً بالتليفزيون، لم يدرك بالرغم من الساعات التي كان يقضيها أمام الشاشة الصغيرة، شيئاً من الثورة الإعلامية ودفع حياته ثمناً لذلك في ليلة عيد الميلاد عام ١٩٨٩ ولو أنه درس الدرس الذي قام به النظام الإعلامي الجديد في إسقاط فرديناند ماركوس في الفلبين لعرف أن فرض الرقابة على وسائل الإعلام لا يكفي لإبقاء شعب في الجهل وأن الأحداث الداخلية السياسية تدار بشكل متزايد على مسرح عالمي، وأن ما حدث في الفلبين كان خطوة ملحمية نحو نوع جديد من الثورة الإعلامية بواسطة الإعلام وبواسطة الرموز[٥٩] لقد تحول العالم إلى قرية صغيرة ويدخل البيت في أي دولة حالياً – متى توافرت الإمكانيات المادية وسمحت السياسة الإعلامية–: شبكة الإنترنت العالمية والقنوات الفضائية التماثلية والرقمية، فالمشاهد المصري تصل إليه في منزله ما يفوق ٥٠٠٠ قناة تماثلية ورقمية منها ما يزيد على ٢٢٨ قناة باللغة العربية: موجهة وحكومية وخاصة، مفتوحة، ومشفرة.

وتزايد اهتمام الحكومات بالرأي العام والعمل على إعلامه أو تطويعه لازدياد حاجة الجمهور للمعلومات، وازدياد أوجه النشاط الحكومي، وازدياد دور السلطة التنفيذية وازدياد وعي الجماهير وتحول العالم إلى قرية صغيرة ومما يؤسف له أن ينتشر الأسلوب القائم على الإثارة ومخاطبة الغرائز البدائية والأحاسيس الرخيصة – مع تجاهل العقل – في ميدان الإعلام والدعاية السياسية والإعلان التجاري فنجد آلاف المواقع الإباحية على شبكة الإنترنت وقنوات مفتوحة إباحية تعرض الجنس على مدى ٢٤ ساعة منها: فينوس ولايف سات وايروس وSCT، وتقدم فتيات المكالمات الجنسية على

مدى ٢٤ ساعة[*] ومنهن من تتحدث باللغة العربية بهدف محاصرة الجماهير من خلال أجهزة الإعلام والثقافة المختلفة في متاهة الجنس والعنف والغرائز البدائية، وأن يروجوا لمثل وقيم بعيدة كل البعد عن المنطق والتفكير السليم، وأن يخلقوا بذلك تربة صالحة لإلغاء العقل والمنطق.

ولذلك ينبغي على الدارس في ميدان الرأي العام أن يحدد نوع الجماهير التي يدرسها، ونوع الزاد الثقافي والفني والإعلامي الذي تتزود به، لكي يستطيع أن يتبين: هل هي جماهير مراهقة مضللة، وسريعة الإنقياد، تحكمها الغرائز والعواطف أم هي جماهير صلبة اعتادت على النقاش والجدل والنقد وتقليب أوجه الأمور قبل تكوين آرائها والإنحياز إلى جانب من الجوانب.

ولا مفر أمامنا من **تحصين الرأي العام وتوعيته** فلا يمكن في هذه الأيام الانغلاق أو المنع في عصر السماوات المفتوحة فمن أصعب الأمور تربية الجماهير على استخدام العقل والاستجابة للمنطق، ومع ذلك نضم صوتنا إلى صوت أستاذنا المفكر د. مختار التهامي الذي نادى، وبإصرار، بضرورة هذه التربية العقلية لأنها الضمان الوحيد الصلد ضد انحرافات الرأي العام[٦٠]. وأننا نرى كما تضمنت خطط تحصين الرأي العام ضد المتغيرات الجديدة **ضرورة التحصين المستمد من الدين والعادات والقيم من ناحية، وإيجاد البديل الإعلامي والفني والثقافي العربي من ناحية أخرى** ولا مفر من تدعيم الإنتاج المحلي حتى يجد المواطن العربي نفسه على شاشة التليفزيون من خلال إنتاج متميز يلبي الرغبات والاحتياجات بشكل علمي ومشوق في آن واحد.

مراجع الفصل:

١- سعيد سراج. ***مرجع سابق***. ص١٠٦.
٢- هاني الرضا، رامز عمار. ***الرأي العام والإعلام والدعاية***. (بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٨) ص٦٠.
٣- مختار محمد التهامي. ***الرأي العام والحرب النفسية***. (القاهرة: دار المعارف، ١٩٨٢) ص٢٣.
٤- أحمد بدر. ***مرجع سابق***. ص ص١٠١-١٠٢.
٥- مختار التهامي. ***مرجع سابق***. ص٢٣.
٦- شاهيناز طلعت. ***الرأي العام***. (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٣) ص ص٣١١-٣١٣.
٧- الفريد لي. العوامل الاجتماعية المحددة للرأي العام. ***في:*** دانييل كاتز وآخرون. ***الإعلام والرأي العام. تأليف***: دانيل كاتز وآخرون. ***ترجمة وتقديم***: محمود كامل (القاهرة: دار نهضة مصر للطبع والنشر، ١٩٨٢) ص ص١٢٢-١٤٤.
٨- مختار التهامي. ***مرجع سابق***. ص٢٤.
٩- عاطف عدلي العبد. ***المرأة الريفية***. (القاهرة: دار المعارف، ١٩٨٧) (سلسلة إقرأ-٤٨٤).
١٠- فؤاد دياب. ***الرأي العام وطرق قياسه*** (القاهرة: مطابع الدار القومية، د.ت) ص ص٩٣-١٣٦.
١١- أحمد بدر. ***مرجع سابق***. ص١٠٣.
١٢- فاروق يوسف. ***الرأي العام***. (القاهرة: مكتبة عين شمس، ١٩٨٧) ص ص٥٦-٥٧.
١٣- مختار التهامي. ***مرجع سابق***. ص٢٥.
١٤- هاني الرضا، رامز عمار. ***مرجع سابق***. ص ص٦١-٦٤.
١٥- ***المرجع السابق***. ص٦٥.
١٦- شافت ويوزوروث. ***تراث الإسلام. ترجمة***: محمد زهير. (الكويت: عالم المعرفة، ١٩٧٨) ص٢٣٢ نقلاً عن ***المرجع السابق***. ص٦٥.
١٧- السيد عليوه. ***استراتيجية الإعلام العربي***. (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٨) ص٣٦.
١٨- مختار التهامي. ***مرجع سابق***. ص٢٥.
١٩- سعيد سراج. ***مرجع سابق***. ص١٠٠.
٢٠- ***المرجع السابق***.
٢١- محمد عبدالقادر حاتم. ***الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية*** (بيروت: مكتبة لبنان، د.ت) ص١٠٣.
٢٢- عبدالحميد حجازي. ***الرأي العام والإعلام والحرب النفسية*** (القاهرة: دار الرأي العام، ١٩٨٧) ص١٧٦.
٢٣- شاهيناز طلعت. ***مرجع سابق***. ص ص٢٦٧-٢٦٩.
٢٤- مختار محمد التهامي. ***مرجع سابق***. ص ص٢٦-٢٧.
٢٥- عاطف عدلي العبد. ***المرأة الريفية. مرجع سابق***. ص٦٣.
٢٦- ***المرجع السابق***. ص ص٩٦-٩٨.
٢٧- ***المرجع السابق***. ص ص٩٨-٩٩.

٢٨- *المرجع السابق*. ص ص١٢٧-١٢٨.
٢٩- مختار محمد التهامي. *مرجع سابق*. ص ص٢٧-٢٨.
٣٠- فاروق يوسف. *مرجع سابق*. ص٧٦.
٣١- هاني الرضا، رامز عمار. *مرجع سابق*. ص ص٦٩-٧٠.
٣٢- مختار محمد التهامي. *مرجع سابق*. ص٣٠.
٣٣- سعيد سراج. *مرجع سابق*. ص ص١١١-١١٨.
، أحمد بدر. *مرجع سابق*. ص ص١٨٥-١٨٦.
٣٤- فاروق يوسف. *مرجع سابق*. ص٧٧.
٣٥- سعيد سراج. *مرجع سابق*. ص١١٩.
٣٦- أحمد بدر. *مرجع سابق*. ص١٨٣.
٣٧- عبدالغفار رشاد. *الرأي العام: دراسة في النتائج السياسية*. (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، ١٩٨٤) ص ص١٠٨-١١٠.
٣٨- فاروق يوسف. *مرجع سابق*. ص٨٠.
٣٩- مختار محمد التهامي. *مرجع سابق*. ص٩٢.
٤٠- *المرجع السابق*. ص٣٠.
٤١- سعيد سراج. *مرجع سابق*. ص٧٩.
٤٢- هاني الرضا، رامز عمار. *مرجع سابق*. ص ص٨٢-٨٣.
٤٣- غازي إسماعيل. *الرأي العام والعلاقات العامة*. (عمان: دار البشير، ١٩٨٧) ص ص٢٧-٢٨.
٤٤- عبدالغفار رشاد. *مرجع سابق*. ص ص١٣١-١٣٢.
٤٥- أحمد بدر. *مرجع سابق*. ص ص١٤٧-١٤٩.
٤٦- سعيد سراج. *مرجع سابق*. ص ص١٢٩-١٣٤.
عبدالحميد حجازي. *مرجع سابق*. ص ص٨١-٨٥.
هاني الرضا، رامز عمار. *مرجع سابق*. ص ص٨٥-٨٧.
٤٧- مختار محمد التهامي. *مرجع سابق*. ص ص٣٥-٣٦.
٤٨- *المرجع السابق*. ص٣٠.
٤٩- *المرجع السابق*. ص ص٣١-٣٢.
٥٠- أحمد بدر. *مرجع سابق*. ص ص١٤٣-١٤٤.
٥١- هاني الرضا، رامز عمار. *مرجع سابق*. ص ص٧٤-٧٧.
٥٢- مختار محمد التهامي. مذكرة الرأي العام. *غير منشور*. (القاهرة: مطبعة كلية الإعلام ١٩٩٣/٩٢) ص١٥.
٥٣- مختار محمد التهامي. *الرأي العام والحرب النفسية*. *مرجع سابق*. ص ص٣٤-٣٥.
٥٤- *المرجع السابق*.
٥٥- فاروق يوسف. *مرجع سابق*. ص ص٦٨-٧٥.
٥٦- فاروق يوسف. *مرجع سابق*. ص ص٧٠-٧١.

٥٧- مختار محمد التهامي. *الرأي العام والحرب النفسية. مرجع ســـابق*. ص ص٣٠-٣١.

٥٨- مختار محمد التهامي. *مذكرة الرأي العام والإعلام. مرجع سابق*. ص١٨.

٥٩- هاني الرضا، رامز عمار. *مرجع سابق*. ص٧٣.

٦٠- مختار محمد التهامي. *الرأي العام والحرب النفسية. مرجع ســـابق*. ص ص٣٨-٤١.

(*) اتصل مواطن مصري بإحدى هذه القنوات بمبلغ ٦٤ ألف جنيه كما نشرت الصحف المصرية، فهل مثل هذا المواطن لديه الوقت والعقل لمتابعة قضـــاياه وقضـــايا وطنه؟؟!



الفصل الثالث

أساليب تغيير الرأي العام

مقدمة:

يكاد يكون من أصعب الأمور تغيير الآراء ولذلك فإن مضمون الإعلام يكون أكثر يسراً وفعالية إذا كان متعلقاً بموضوعات جديدة أو مسائل لم يسبق تكوين آراء أو اتجاهات حيالها (للاستزادة انظر الفصل الأخير من كتابنا: مدخل إلى الاتصال والرأي العام).

كما أن وصول الحقائق أو المعلومات إلى الجمهور مسألة بالغة الأهمية، فقد لوحظ أن الجمهور المطلع المتابع للأحداث يكون دائماً أسرع إلى تكوين آراء محددة ذات طابع متزن، بعكس الجمهور غير المطلع البعيد عن متابعة الأحداث، فهذا الصنف الأخير من الناس يكون عادة أبطأ في تكوين رأيه، مذبذباً في اتجاهاته، فريسة للإشاعات والانحرافات، ويتصف في النهاية بالتطرف والنظرة السطحية للأمور وتغليب الانفعال الطارئ على التفكير السليم[1].

ونتناول فيما يلي أهم أساليب تغيير الرأي العام.

أولاً: أسلوب التكرار والملاحقة:

يعتقد البعض أن أسلوب التكرار، لا الجدال ولا المناقشة هو أنجح الأساليب لتغيير الرأي العام، وكانت الدعاية الألمانية تعتنق هذا الأسلوب، وتؤمن بأنه الأسلوب المثالي لمخاطبة الجماهير، فقد وصف (جوبلز) هذا الأسلوب الدعائي فقال: (أن سر الدعاية الفعالة يكمن لا في إذاعة بيانات تتناول آلاف الأشياء ولكن في التركيز على بضع حقائق فقط، وتوجيه آذان الناس وأبصارهم إليها مراراً وتكراراً)[2].

ويطلق على هذا الأسلوب: **الترتيل**، والشرط الرئيسي ليكون أسلوب الترتيل مؤثراً هو مدى تناسب لهجة وشكل الرسالة الموجهة إلى الجمهور المستهدف مع طبيعة هذا الجمهور وسماته المختلفة.

ولعل أوضح استخدام لأسلوب الترتيل هو الصراع العربي الإسرائيلي حيث كرست الدعاية الصهيونية حملاتها وركزتها في جملة واحدة: ***إسرائيل التي لاتقهر***. وساعدت ظروف نكسة ١٩٦٧ في أن ترسخ لدى الرأي العام العربي مفهوم إسرائيل الكبرى التي لا تقهر **واستخدمت إسرائيل مرتكزات مدروسة لتنفيذ هذا الأسلوب أهمها**[3]:

- عرض صور الأسرى العرب وبث الأحاديث معهم ورسائلهم إلى ذويهم والتي تركز على ما حدث لهم من هزيمة وانكسار. ومما يؤسف له ضعف الإعلام المصري المسموع والمرئي في هذا الوقت فلم يكن يغطي كل

أنحاء مصر، وكان صوت إذاعة إسرائيل قوياً ويصل إلى كافة المنـــاطق رغم التشويش.

- عرض صور وأفلام المعارك الحربية التي تمت علـــى الأرض العربيـــة لبيان مدى وحجم التفوق الإسرائيلي.
- تنوع أسلوب العرض سواء من خلال الصحف أو الإذاعة أو التليفزيـــون بعد حرب ١٩٦٧ لتثبيت مفاهيم وأفكار معينة عـــن الشخصـــية العربيـــة مقارنة بالشخصية الإسرائيلية وذلك في محاولتها قهر العرب نفسياً إلى أبد الدهر، فالملاحظة أن الصورة المنطبعة عن العرب هي صورة سلبية يكاد لا يكون منها أي عنصر مدح حيث **صور العرب بالأوصاف الآتية**: أسمر، زائغ العينين، متآمر، جبان وعمل التليفزيون والسينما بالصوت والصورة على تقوية هذا الانطباع **في حين صور الإسرائيلي بالأوصـــاف التاليـــة:** شاب، نشط، محب للفاكهة، مجد، شجاع وصاحب هذا حملة واسعة لتذكير القراء بالاضطهاد الذي وقع على اليهود في الماضـــي، وعلـــى جـــرائم النازية، وعلى مقتل الملايين من الأبرياء في المعتقلات(٤) وغنـــي عـــن البيان أن ما ساعد الصهيونية على استخدام هـــذا الأســـلوب (الترتيـــل) السيطرة الصهيونية على وسائل الإعلام وخاصة وسائل الإعلام الأمريكية **فالجماعات الصهيونية تسيطر على وسائل الإعلام الأمريكيـــة بـــدرجات وطرق متعددة منها(٥):**
- امتلاك الصحف أو إدارة محطات الإذاعة المسموعة والمرئية أو تعيـــين عناصر موالية للصهيونية في المناصب الهامة في صحف الصفوة أو في شبكات الإذاعة المسموعة والمرئية أو في صناعة السينما.
- وجود اليهود بأعداد كبيرة بين العاملين في الحقل الإعلامي.
- استقطاب المعلقين السياسيين وكتاب الأعمدة وكبـــار الصـــحفيين لتأييـــد إسرائيل.
- الضغط على الصحفيين الذين يكتبون عن أحداث الشرق الأوسط إن أبدوا أي ميل لمساندة العرب أو الاعتراض على الممارسات الإسرائيلية.
- إغراق وسائل الإعلام بالأنباء التي تنبع من مصادر إسرائيلية، والعمـــل على تقليل الأنباء الصادرة من مصادر عربية، علاوة على تزويد الصحف والمؤسسات الإعلامية وقادة الرأي بالمضمون الإعلامي الـــذي يتنـــاول بالشرح والتفسير الأحداث المختلفة المتصلة بالصراع العربي الإسرائيلي.
- استخدام الإعلان للضغط والسيطرة على الصـــحف ومحطـــات الإذاعـــة المسموعة والمرئية المحلية التي لا تخضع لسيطرة المنظمات الصهيونية سواء بالملكية المباشرة أو عن طريق تعيين صحفيين مواليين لإســـرائيل في المناصب الهامة.

ويضاف إلى ذلك امتلاك إسرائيل لقمر Amos الذي سيمكن إسرائيل من استخدام تكنولوجيا الاتصال لتحقيق أغراضها الدعائية للتأثير في الرأي العام سواء بأسلوب الترتيل أو غيره.

ثانياً: أسلوب الإثارة العاطفية:

إن الدعاية تعتمد أساساً على **إثارة العواطف لا على المناقشة والإقناع وتنبع عن احتقار دفين للمواطنين.**

وكان (هتلر) يعتقد أن الجماهير فيها الكثير من خصائص النساء،وأن استجابة الجماهير تكون دائماً استجابة عاطفية أكثر مما هي عقلية، ولذلك فقد كان يدعو إلى أن تتجه الدعاية إلى العواطف، وخاصة عاطفة الحقد، وأيسر السبل إلى إثارة الحقد التشهير وإكالة التهم، فيجب تشويه سمعة الناس وتزييف الحقائق.

لقد عبر هتلر في أكثر من مناسبة عن احتقاره الكبير للقدرات العقلانية أو الفكرية للجمهور، وكان يؤمن بأن ذاكرة الجمهور ضعيفة وأن الأفراد يستجيبون لمن يدفعهم بالقوة، أكثر من استجابتهم لمن يقنعهم، وأنهم سيتأثرون أكثر بالتكرار المستمر لشعارات تستميل العواطف، ولا يتأثرون بالحجج العقلانية.

وكان يرى أنه لكي ينجح رجل الدعاية في استغلال عواطف المتلقي يجب أن يتحقق من وجود تلك العواطف. ويرجع نجاح هتلر لاستغلاله للمشاعر السائدة بين الجمهور واستغلاله لتلك المشاعر في زيادة المشاركة. ومن أبرز المشاعر التي استعان بها هتلر: الرغبة في احترام الذات، والإحساس بالشفقة على النفس(٦).

ويزداد استخدام أسلوب الإثارة العاطفية عندما يصعب استخدام الأساليب الموضوعية والحقائق المادية في استمالة الرأي العام، أو مواجهة رأي عام مضاد، فإن الداعية يلجأ في تلك الحال إلى ممارسة أسلوب الاستثارة العاطفية والغرائزية خاصة في المجتمعات التي تزداد فيها نسبة الأمية، **ومن هنا جاء خوفنا وتحذيرنا المستمر من القنوات الجنسية المفتوحة عبر الأقمار الصناعية**، وبيع كروت القنوات المشفرة بيسر دونما قيود على العمر أو المستوى التعليمي. فلقد نشرت مجلة روزاليوسف المصرية في عددها ٣٧٢٠ يوم ١٩٩٩/٩/٢٥ أن القنوات الجنسية في مصر بحكم المحكمة وأرقام التليفونات الجنسية العربية وهمية وأرباحها تدخل جيب أمريكا، ويضاف إلى ذلك كثرة المواقع الإباحية على شبكة الإنترنت.

وتتمثل خطورة هذه المضامين على الرأي العام في كونها تبعده عن مشاكل بلده وآماله المستقبلية وتغرقه في متاهات من الغرائز وتنمي لديه الاتجاهات الهروبية وليس غريباً اللعب على أوتار الغرائز في الغرب مثل تعمد المرشح في الانتخابات أن يتضمن برنامجه بعض الأفكار التي تغري

الناخبين بانتخابه، مثلما حدث في الانتخابات البرلمانية البريطانيــة، عنــدما نادى العديد من المرشحين **بإباحة الشذوذ الجنسي** لإرضاء شريحة كبيرة من الناخبين ورضخ مجلس العموم البريطاني وأصدر توصية بذلك.. وما كــان ممكناً ذلك لولا مناخ الإثارة العاطفية ولذلك نتفق تماماً مع مــا حــذر منــه المفكر د. مختار التهامي من سنوات عديدة من خطورة الدور السلبي الــذي يتضمنه الإنتاج الأدبي والفني الملتزم بفكرة الأدب للأدب والفن للفن الــذي يستهدف في واقع الأمر إبعاد الناس عــن التفكيــر فــي المســائل العامــة والمشكلات الأساسية(٧).

ثالثاً: أسلوب عرض الحقائق:

ويطلق على هذا اللون من الدعاية عادة لفظ **الإعلام**، ذلــك أن هــذا الأسلوب يعتمد أساساً على وصول الحقائق إلى أكبر عدد ممكن من النــاس على أساس أن الحقائق الملموسة أقوى وأبقــى مــن الأكاذيــب والتهاويــل والشائعات، وينبع هذا الأسلوب – بطبيعة الحــال – مــن احتــرام عقليــة الجماهير.

ومن العوامل التي تحقق نجاح هــذا الأســلوب: التربيــة الواعيــة للجماهير عن طريق الشرح والمناقشة والإقناع، **ومن الأمثلة علــى ذلــك:** الإعلام المصري الذي اتبع هذا الأسلوب بنجاح خلال حرب أكتوبر ١٩٧٣ وأثناء أحداث الأمن المركزي عام ١٩٨٦، وكذلك أسلوب الإعلام العمــاني أثناء حرب الخليج الثانية(٨).

رابعاً: أسلوب تحويل انتباه الجماهير:

قد يصعب في أحيان كثيرة معارضة الرأي السائد بــين الجمــاهير بالنسبة لمسألة أو موضوع معين، ذلك أن معارضة تيار جاف مــن الــرأي العام بعد تكوينه لا تأتي بنتيجة ما حتى لو كان الرأي العام على خطأ.

والأسلوب الذي يتبعه السياسيون وأجهزة الإعلام فــي مثــل هــذه الأحوال هو تحويل انتباه الجماهير إلى موضوع آخــر فــي مثــل أهميــة الموضوع المثار أو أكثر أهمية منه.

خامساً: أسلوب البرامج الإيجابية المحدودة:

إن البرامج والتصريحات الإيجابية المحدودة لها أثرها البالغ وسحرها الكبير على الرأي العام، بعكس البرامج غير المحــددة والكلمــات الجوفــاء والتذبذب، ويسوق البعض نموذجاً لذلك، **الــديانات** بما تعرضه مــن جــزاء للتدليل على مدى نجاح هذا الأسلوب في مخاطبة الجماهير.

ويدرك رجال السياسة تمام الإدراك مزايا البرامج المحددة في تغيير اتجاهات الرأي العام ولذلك يحرص معظمهم على التقدم إلى الناخبين ببرامج من هذا القبيل.

وكلما كانت هذه البرامج متسمة بالإيمان بالمستقبل والتفاؤل به، تضاعف تأثيرها، ذلك أن الجماهير بطبيعة الحال تكره الروح المتشائمة لما تحمله في طياتها من سلبية وهدم.

ومع ذلك فإن البرامج والوعود الإيجابية المتفائلة تفقد قيمتها ويتلاشى أثرها وينقلب إلى تأثير عكسي ما لم يتبعها العمل والتنفيذ.

سادساً: أسلوب افتعال الأزمات:

عرفت الإنسانية في تاريخها الطويل أزمات عديدة: سياسية واقتصادية واجتماعية وتركت آثارها الخطيرة على الإنسان ومستقبله ولكن المقصود بافتعال الأزمات كأسلوب من الأساليب الحديثة لتغيير الرأي العام **هو استغلال بعض الأحداث أو الظروف – وربما تكون محدودة – بنجاح من أجل خلق أزمة تؤثر في الرأي العام وتستفيد منها الدولة التي تستخدم هذا الأسلوب.**

ومن الأمثلة على ذلك ما استخدمته إسرائيل في صراعها مع الأمة العربية بافتعالها أزمة مع سوريا في ١٩٦٧ كبداية لشن عدوانها على الأمة العربية.. واستخدامها – ببراعة – هذا الأسلوب في أثناء المفاوضات مع الفلسطينيين، حيث تفتعل أزمة تلو الأخرى، من أجل إجهاض المفاوضات وكسب المزيد من الوقت والمكاسب.

ويلقى كتاب **الحكومة الخفية** أضواء على أساليب المخابرات الاستعمارية في افتعال الأزمات، ومن أمثلة ذلك ما كانت تقوم به الإذاعة السرية الموجهة إلى كوبا باسم راديو الأمريكتين إذ كانت تحرض المعارضين لحكم كاسترو على إشعال الحرائق في مزارع القصب التي تمثل ثروة البلاد الرئيسية، وانتزاع أسلاك التليفون، حتى تضطرب المواصلات التليفونية،وتحطيم أكبر عدد من الزجاجات لأن إدارة المخابرات الأمريكية كانت ترمي إلى أحداث أزمة زجاجات، وترمي من وراء ذلك إلى إقناع الرأي العام العالمي بوجود معارضة شعبية ضد كاسترو ليكون ذلك زريعة للتدخل العسكري من جانب الولايات المتحدة الأمريكية[٩].

ونحن ننظر إلى **مشكلات الحدود** التي زرعها الاستعمار بين الدول العربية على أنها قنابل موقوتة تصلح في أي وقت لافتعال أزمات بين الدول العربية والتأثير في الرأي العام.

سابعاً: إثارة الرعب والفوضى:

برعت المخابرات النازية بصفة عامة في استغلال دوافع الأمان لدى الإنسان بإثارة الخوف والفزع لإرهاب الشعوب واخضاعها من خلال استخدام الوسائل المختلفة لخلق حالة من الذعر والفوضى، وفي هذا يقول هتلر: إن أسلحتنا هي اضطراب الذهن وتناقض المشاعر والحيرة والتردد والرعب الذي ندخله في قلوب الأعداء، فعندما يتخاذلون في الداخل ويقفون

على حافة الثورة وتهددهم الفوضى الاجتماعية، عندئذ تحين الساعة لنفتك بهم بضربة واحدة.

وسارت دعاية الغرب بعد الحرب العالمية الثانية وحتى وقت قريب على نفس الأسس تقريباً التي كانت تسير عليها الدعاية النازية، حيث عمدت إلى المبالغة في إشاعة الخوف والذعر بين الشعور من الغزو الشيوعي المنتظر والخطر الأحمر القادم – قبيل إنهيار المجتمعات الشيوعية – انطلاقاً من الدروس المستفادة من استخدام الدعاية الألمانية لأسلوب التخويف المباشر وسلاح الرعب بشكل فعال، ذلك أنه حتى عام ١٩٤٢ كانت الفكرة التي تكررها الدعاية الألمانية تقوم على إظهار الدمار الذي لحق بالدول التي رفضت الاستسلام لألمانيا مكررة فكره: **إن هذا هوما حدث للآخرين.. وهو على وشك أن يحدث الآن**.. وأدى الخوف الشديد والرعب اللذان انتشرا من الفوهرر الألماني إلى تدفق اللاجئين إلى الشوارع في فرنسا وعرقلوا بذلك حركة الحلفاء ومعداتهم العسكرية وعجلوا بهزيمة فرنسا[١٠].

كما أن استغلال الاحتكارات الغربية لهستريا الحرب التي كانت تشيعها أجهزتها الدعائية قد مكنتها من إبقاء العالم في حالة من التوتر خدمة لمصالحها الاقتصادية وأطماعها التوسعية[١١].

ولعل ما تضمنه **مسلسل وادي فئران** الذي أذيع على القناة الأولى في أكتوبر ١٩٩٩ من محاولات إسرائيل لإثارة الرعب والفوضى بين بدو سيناء سواء بتسميم المواشي أو الآبار يؤكد أن أساليب المخابرات الاستعمارية لتقليب الرأي العام وآثارته لا تعرف حداً تقف عنده، فهي لا تتورع في سبيل تحقيق أهدافها عن القتل والخطف والرشوة والإساءة إلى سمعة الأفراد والجماعات والالتجاء إلى التخريب والتدمير والتزوير والخداع وإثارة التذمر والتعصب والفرقة وإشاعة الخوف والذعر والإرهاب وإشعال الفتن والحروب الأهلية والإقليمية والعالمية[١٢].

ثامناً: الشائعات:

إن الشائعة لا تتقيد بمعايير الصدق الموضوعي الذي يجب أن يلتزم بها الإعلام: كالموضوعية والصدق والنزاهة والدقة.

ولأنها لا تتميز بالموضوعية والصدق والأمانة فهي أقدر على الغور في أعماق الجماهير إبان افتقار الجماهير إلى الوسيلة التي تمدهم بما هو صادق وحقيقي، والمعروف أنه يصعب وجود صحيفة تقدم الصدق كل الصدق أو الحقيقة كل الحقيقة في فترات الحروب والأزمات وخاصة السياسية والاقتصادية ويوجد في الناس ميل إلى تصديق الشائعة دون محاولة منهم للوقوف على الحقيقة.

وتزداد الخطورة حينما لا يكتفي البعض بتصديق الشائعات بل **يضيف إليها من عنده**، وهنا يكمن كل الخطر من أي شائعات مهما كانت

بسيطة في أول أمرها وتخضع الشائعات في سريانها لأهمية الحادث الذي تتحدث عنه، والغموض الذي يكتنف هذا الحادث. وينشأ هذا الغموض من: إنعدام الأخبار أو اقتضابها أو تضارب الأخبار وعدم الثقة بها. ولعل أخطر ما في الأمر حالياً وجود **شائعات على شبكة الإنترنت** سواء ضد الفنانين أو رجال الأعمال المشهورين أو تمس قضايا ساخنة اقتصادية واجتماعية وسياسية، أو تنشرها القنوات الفضائية.

وتزداد الشائعات في جو الحرب[*] حيث تكون سرية الأخبار أمراً جوهرياً تتطلبه دواعي الأمن واعتبارات النشر على الرأي العام، وتأسيساً على ذلك **فالشائعة** هي خبر ينتقل من فم إلى فم مجهول المصدر يتحرك بين الأفراد ويحمل معه دليلاً على صحته، ويفتقر إلى المسئولية وتتغير بعض تفاصيله من فرد لآخر[١٤].

(أ) تعريف الشائعة:

إن أدق التعاريف للشائعة أنها[١٥]: الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشوية في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع أو الحقيقة، وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو القومي تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول.

(ب) أنواع الشائعات:

توجد تقسيمات عديدة للشائعات مثل: الشائعات الحابية، الشائعات الاندفاعية، الشائعات الغاطسة، الشائعات العنصرية، الشائعات القائمة على التشويه، الشائعات المستندة على وقائع، وفي رأينا أن أهم تصنيف للشائعات هو التصنيف الآتي[١٦]:

١- شائعات الأمل أو الأماني والأحلام:

تعبر هذه الشائعات عن رغبات وآمال أولئك الذين تروج الشائعة بينهم، وهو تنتشر بين الناس لأن لهم حاجات ورغبات وآمالاً فيها، حيث أنها تنفيس لهذه الحاجات والآمال والرغبات ويلعب هذا النوع دوراً رئيسياً في دعم اتجاهات الجبهة الداخلية، وتعزيز الشعوب بالقوة والإيمان والنصر، فتلك الشائعات المتفائلة الوردية تنشر تشجيعاً للجندي على القتال وللمدني على الصبر والصمت والصمود.

٢- شائعات اليأس والخوف:

هذه الشائعات عكس شائعات الأمل لأنها تعتمد على نشر الخوف والقلق، وهي تنتشر في وقت خوف الناس فالإنسان في حالة الخوف والقلق مستعد لأن يتوهم أموراً كثيرة لا أساس لها من الصحة، وهو مستعد لأن

يفسر الحوادث العادية تفسيرات خاطئة يمليها عليه الخوف والوهم، كذلك فهو مستعد لأن يصدق كل ما يقال وله مساس بموضوع خوفه وقلقه، وتنتشر هذه الشائعات في أوقات الأزمات والحروب ومن أمثلتها شائعة تلوث مياه النيل.

٣- شائعات الكراهية وتحويل الولاء ودق الأسفين:

وهي تصدر كتعبير عن شعور الكراهية والبغض ودوافع العدوان التي تجيش بها نفوس بعض الناس، وينتشر هذا النوع بين الأحزاب المتعارضة دائماً. ومما يذكر في هذا الصدد تصنيف ناب لالف شائعة جمعت من كل الولايات المتحدة الأمريكية وعند تحليلها وجد أن ثلثي هذه الشائعات عدائية من حيث الهدف إلى جانب محاولة بث التفرقة حيث كانت (٢١,٤%) من الشائعات ضد الحكومة و(١٩,٦%) ضد القوات المسلحة والبحرية و(٩,٣%) ضد اليهود و(٣,١%) ضد السود.

عمود الشائعات[١٧]:

على أن أخطر ما في الشائعات أن تتخذ عموداً في صحيفة ولقد أخذ عمود الشائعات في صحف الإثارة يشغل القراء في كل مكان، وهو ليس جديداً في صحف الولايات المتحدة إلا أنه أصبح في الصحافة المعاصرة أكثر إثارة وحيوية الأمر الذي دفع السلطات الأمريكية إلى تعطيل بعض الصحف نتيجة لما تضمنته أعمدة الشائعات من أمور تفسد علاقات الحكومة بالدول الأجنبية.. والجدير بالذكر في عمود الشائعات أنه كثيراً ما لجأ كاتبه إلى الحدس والتخمين والتنبؤ بما سيكون وبسط هذا كله كأنه حقيقة واقعة.

(ج) طرق مكافحة الشائعات:

توجد قواعد وأسس لمحاربة الشائعات تتبعها أجهزة الإعلام ومن هذه القواعد ما يلي[١٨]:

١- قتل الشائعة بشائعة أخرى أكبر منها حجماً:

يمكن تدمير شائعة كاذبة بشائعة أكثر منها كذباً ولكن بحيث يمكن إثبات كذب هذه الأخيرة فعندما انتشرت شائعة إعدام الشخصيات الألمانية الكبرى بالجملة في نهاية سنة ١٩٤٣ قام جوبلز بمناورة مشهورة: فقد أضاف إلى الشائعة المعروفة ما هو أشد فظاعة وأكثر ضخامة، فأوعز إلى أجهزة الإعلام أن تذيع خبر مقتل هتلر نفسه، وعندما ترددت الشائعة وعمت في كل مكان وأخذ الحلفاء – بدورهم – يرددونها في سعادة أمر بإظهار هتلر وإجراء أحاديث صحفية وإذاعية معه فضرب الشائعات الصغيرة بشائعة كبيرة ألفها وروجها وكذبها بأسلوبه الخاص.

٢- القضاء على الشائعات بالمعلومات:

من البديهيات أن الشائعة تنتشر حينما لا تكون هناك أخبار، ولقد قال مسئول كبير في مكتب مصلحة الاستعلامات الأمريكية الحربية أن الشائعة تنتشر وتروج إذا إنعدمت الأنباء ولذلك يجب علينا أن نقدم للناس أدق الأنباء

الممكنة كاملة وبسرعة فالشائعات تروج في غيبة الأنباء أو حين لا تذاع الأنباء بوضوح أو حين تتضارب الأنباء التي تصل إلى الجمهور أو من جراء عجز الفرد عن فهم الأنباء التي يتلقاها.

ولذلك يزداد في غيبة الإعلام والبيانات الموثوق فيها انتشار الشائعات كما أن الغموض يغذي الشائعات ويدعمها ولابد من اتخاذ إجراءات مضادة فوراً.

فلقد كانت الإشاعات من الأسلحة الخطيرة التي استخدمت ضد مصر، ولذلك عمدت الهيئة العامة للاستعلامات المصرية إلى إصدار نشرة في الصحف تسمى **أكاذيب العدو** تتناول كل أكذوبة من الأكاذيب الفاضحة وتعلق عليها تعليقاً قوياً يزعزع ثقة الرأي العام فيما ينشره العدو من شائعات وأنشأت مكتباً خاصا للرد على أكاذيب العدو وزودته بالآلات التليفونية الكافية، كما أعد سجلاً خاصاً لهذه الأكاذيب أو الإشاعات يضم التاريخ وساعة المكالمة وموضوعها ثم وسيلة الرد عليها ونشرت الصحف أرقام تليفونات هذا المكتب، الذي كان يشرف عليه فرد واحد لم يتغير، حمل مسئولية التحدث مع المبلغين والرد عليهم إلى جانب أعماله الأخرى التي كانت تتيح له الاطلاع الدائم على كل ما يدور ومعرفة التيارات والأحداث، وكانت تتجمع في هذا السجل كل الأكاذيب والشائعات التي تنتشر في البلد ثم يعقد اجتماع يحدد الوسائل التي يجب أن تتبع لإنهاء الإشاعة وإسقاطها من أذهان الجماهير، وذلك لأن تدفق المعلومات والحقائق وتوفيرها مع تكرارها بصفة دائمة ومنتظمة وفي مواعيد تتفق مع العرف القائم وسلوك الجماهير هو السبيل العلمي للقضاء على الشائعات ولعل ما اتبعه **الإعلام المصري في** أحداث الأمن المركزي عام ١٩٨٦ دليل على صحة ذلك فلقد أجرى رئيس الإذاعة آنذاك الأحاديث التليفونية مع وزير الإعلام للرد على هذه الشائعات أولاً بأول، وكذلك ما قدمه **الإعلام العماني** أثناء حرب الخليج الثانية إذ أجرى **تليفزيون سلطنة عمان** تحقيقاً متميزاً مع وزير التجارة والصناعة قدم من خلاله المعلومات التي تقضي على أية شائعات عن أي نقص محتمل في المواد الغذائية.

٣- تكذيب الشائعة:

على أنه كثيراً ما يجد الإعلامي أنه من الصعب محاربة شائعة، فلو سكت عنها قد تزداد انتشاراً أو تضخيماً أثناء عملية الانتشار الاجتماعي، ولو حاول تكذيبها فسيجعل من لم يستمع إليها يسمعها عن طريق التكذيب، ولذلك فالطريقة المثلى في رأينا **لتكذيب الشائعة نشر عكسها** دون الإشارة إليها، فلو انتشرت في مجتمع شائعة عن أزمة في الكراسات تنشر وسائل الإعلام ما يكذب هذه الشائعة دون الإشارة إليها على شكل تحقيقات عن توافر الورق والكراسات وجهود الدولة في هذا المضمار، كما يمكن تكذيب الشائعة بكشف

مصدرها والقصد منها إلا أن ذلك يتطلب وجود درجة من الوعي لدى الرأي العام ضد الشائعة المغرضة.

ونود الإشادة بدور الإعلام المصري في مكافحة الشائعات التي انتشرت أثناء أزمة انفلونزا الطيور، حيث كذب السيد أنس الفقي وزير الإعلام المصري عبر شاشة التليفزيون شائعة تلوث مياه نهر النيل وقال جملته المشهورة: "أن فيروس الشائعات أخطر من فيروس انفلونزا الطيور"، حيث تم رصد ٢٠٥ شائعة في يوم واحد من خلال ٢٧ مرصداً للشائعات لم يثبت صحة شائعة واحدة منها، وتكمن الخطورة في أن الشائعة مثل كرة الثلج كلما تدحرجت كبرت، حيث تنتشر بقانون المتوالية الهندسية وليس المتوالية الحسابية.

(د) نموذج من الدراسات العربية حول الشائعات[١٩]:

تبين من دراسة سيكولوجية الشائعات في المجتمع المصري التي أجريت قبل وأثناء وبعد زيارة الرئيس السادات إلى القدس أن العمال أكثر فئات العينة ميلاً لتقبل وتصديق الشائعة، وكذلك الريفيون بفروق دالة، وكان الميل لتصديق الشائعة قبل المبادرة أعلى لدى الحرفيين وعمال الإنتاج، بينما جاءت درجة الغموض لدى العمال أعلى بفرق دال إحصائياً منه لدى باقي أفراد العينة، ووجد أن الموضوعات الخاصة بسريان الشائعة قبل المبادرة أعلى بفروق دال عنه بعد وأثناء المبادرة لدى الموظفين والحرفيين وعمال الإنتاج وتبين من تصنيف الشائعة أنها كانت عند العمال والحرفيين على التوالي كما يلي: شائعات الأحلام (٦٠%، ١٠%)، شائعات اندفاعية (١٠%، ١٠%)، شائعات الكراهية (١٠%، ٤٠%) كما تبين أن الريفيين أكثر فئات العينة فيما يختص بنشر وسريان الشائعات من خلال الشبكة الاجتماعية.

مراجع الفصل:

١- مختار التهامي. ***الرأي العام والحرب النفسية. مرجع سابق***. ص١٠٩.
٢- ***المرجع السابق***. ص١١٠.
٣- عاطف عدلي العبد. ***الشائعات والرأي العام: دراسة تاريخية وتحليليـة*** (القـاهرة: د.ن. ١٩٨٩).
٤- مختار التهامي. ***الرأي العام والحرب النفسية. مرجع سابق***. ص٢٥٩.
٥- جيهان رشتي. ***الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية*** (القاهرة: دار الفكـر العربي، ١٩٨٥) ص ص٤٦١-٤٦٢.
٦- ***المرجع السابق***. ص١٣٩.
٧- مختار التهامي. ***الرأي العام والحرب النفسية. مرجع سابق***. ص٤٠.
٨- عاطف عدلي العبد. ***مدخل إلى الاتصال والرأي العام***. (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٧) ص١١٩.
٩- مختار التهامي. ***الرأي العام والحرب النفسية. مرجع سابق***. ص١١٦.
١٠- جيهان رشتي. ***مرجع سابق***. ص١٥٩.
١١- مختار التهامي. ***الرأي العام والحرب النفسية. مرجع سابق***. ص١١٧.
١٢- ***المرجع السابق***. ص١١٨.
(*) من أفضل النماذج ما ذكره الباحث د. كرم شلبي حول نظم الرقابة وقواعدها أثنـاء حرب الخليج في كتابه الآتي:
كرم شلبي. ***الإعلام والدعاية في حرب الخليج: وثائق مـن غـرف العمليـات*** (القاهرة: مكتبة التراث الإسلامي، ١٩٩٢) ص ص١٢٠-١٣٣.
١٣- للاستزادة حول موضوع الشائعات أنظر المراجع الآتية:
- صـلاح مخيمر. ***شائعات معركـة يونيـو ١٩٦٧***. (القـاهرة: مكتبـة الأنجلـو المصرية، ١٩٦٧).
- عاطف عدلي العبد. ***الشائعات والرأي العام: دراسة تاريخية وتحليلية. مرجـع سابق***.
- محمد طلعت عيسى. ***الشائعات وكيف نواجهها***. (القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة، ١٩٦٤).
- محمود أبو زيد. ***الشائعات والضبط الاجتماعي*** (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٠).
١٤- جمال السيد. ***أضواء على الحرب النفسية***. (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٢) ص١٧٣.
١٥- مختار التهامي. ***الرأي العام والحرب النفسية. مرجع سابق***. ص١١٤.
١٦- عاطف عدلي العبد. محاضرات في الشائعات: الأسس النظرية والتطبيقات العملية. ***غير منشور***. (مسقط: وزارة الإعلام، ١٩٩٦).
١٧- إبراهيم عبده. ***الصحافة في الولايات المتحدة***. (القاهرة: سـجل العـرب، ١٩٦١) ص٢١٦.
١٨- عاطف عدلي العبد. محاربة الشائعات. ***محاضرات غير منشـورة*** (مسـقط: وزارة الإعلام، ١٩٩٦).
١٩- المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية. ***سيكولوجية الشائعات في المجتمـع المصري*** (القاهرة: ب ن، ١٩٨٢).



الفصل الرابع

قياس الرأي العام

مقدمة:

يساعد قياس الرأي العام في معرفة **الواقع الفعلي بحجمه الطبيعي** حيث يمكن معرفة المعلومات والآراء والاتجاهات السائدة واحتياجات الرأي العام ورغباته، كما يوفر ذخيرة حية من المعلومات عن الرأي العام ومقوماته واتجاهاته تساعد على اتخاذ القرار المناسب في ضوء الحقائق المتوافرة وتوجيه الرأي العام توجيهاً سليماً وإمداده بما يحتاج إليه من معلومات وآراء واتجاهات تساعد في دفع عملية التنمية.

أولاً: نشأة قياس الرأي العام وتطوره[1]:

١-لجأ الحكام في المجتمعات العربية في الماضي والحاضر إلى طرق بسيطة للتعرف على آراء الناس وأحوالهم، منها خروج الحاكم ليسمع بنفسه رأي الناس وإطلاق بعض المقربين للتعرف على أحوال الناس وآرائهم، وتعتبر جولات **السلطان قابوس بن سعيد سلطان عمان** السنوية الكريمة من أفضل الأمثلة التي تدل على حرص القائد على استطلاع رأي المواطنين في كافة المجالات حيث يقوم السلطان قابوس بجولة سنوية مدتها شهر يصحب خلالها معظم أعضاء مجلس الوزراء وكبار المستشارين،ويقيم ما يشبه المعسكر في كل منطقة يحل بها، ويطلب من وزرائه التجوال بين أهالي الولايات، وجمع مطالبهم،ويلتقي مع شيوخ وأعيان ورشداء القبائل – باعتبارهم قادة الرأي الطبيعيين – ويتناقش معهم في جلسة عائلية بسيطة ينقل وقائعها **إذاعة وتليفزيون عمان** حول المستحدثات في العالم وفي السلطنة، ويبسط بعض المفاهيم السياسية – كالعولمة – والاقتصادية والاجتماعية، ويتناقش جلالته في هذه الجولات مع قادة الرأي في الكثير من الأمور الحيوية **مثل:** حث المواطنين على التعاون مع القائمين بأول تعداد عام للسكان والإسكان، والأخذ بأسلوب المباعدة بين الولادات كأسلوب للتخطيط العائلي، والدعوة إلى التعمين وانخراط الشباب في العمل المهني والإقبال على التوظف في القطاع الخاص، وحث القطاع الخاص على المشاركة في التنمية وإنشاء الجامعات الخاصة، وتشجيع دخول المرأة في العمل السياسي: انتخاباً وترشيحاً، وتشجيع المنتج المحلي فيما يشبه البرلمان المفتوح.

٢-وبدأت تحتل عملية قياس الرأي العام أهمية متزايدة في العصر الحديث حيث تعتبر خطوة أساسية في العملية الديمقراطية، ولقد انتقلت عدوى

استطلاع الرأي العام في بعض البلدان – كالولايات المتحدة الأمريكية – من سوق السلع والتجارة إلى سوق السياسة والحكم.

٣-وتعود بدايات الاهتمام بقياس الرأي العام إلى حوالي عام **١٨٢٤م**، حينما حاولت بعض الصحف – وغيرها من المؤسسات التي تهتم بالتجارة والتسويق – استطلاع الرأي العام عن طريق عمل استفتاءات فيما كان يسمى **بالاقتراع الأولي**، ولكن هذه الطرق كان ينقصها الدقة والتمثيل الصحيح لفئات الرأي العام، وبالتالي كانت لا تدعو إلى الثقة فيها وإمكانية تعميمها على المجتمع، بل أدى الأسلوب الذي اتبعته مجلة **(الخلاصات الأدبية)** إلى إفلاسها، حيث اعتمدت على عينات مأخوذة من قوائم أصحاب السيارات ودفاتر التليفونات، وهي – كما هو واضح – عينات غير ممثلة للمجتمع ومتحيزة لذوي الدخول العالية نسبياً.

٤-وأمكن بعد ذلك الانتقال من **مرحلة التكهن إلى مرحلة العلم في مجال قياس الرأي العام** مع محاولة الحصول على عينات ممثلة للمجتمعات، وقد بدأت هذه المرحلة بالعينة الحصصية لما تتميز به من قلة النفقات وسرعة الإنجاز، حيث اتبع أسلوب المعاينة الصحيحة كل من جورج جالوب – الذي أنشأ **معهد جالوب للرأي العام عام ١٩٣٥** – وغيره من المهتمين بقياسات الرأي العام مثل: روبر كروزلي،وكانتريل، ونجحت عملية قياس الرأي العام نجاحاً كبيراً في التنبؤ بنتائج انتخابات الرئاسة في الولايات المتحدة الأمريكية عامي ١٩٤٠ و١٩٤٤ وأدى فرط الثقة إلى نوع من الغرور جعل هذه المراكز تتنبأ في وقت مبكر بفوز ديوي بالرئاسة على منافسة ترومان عام ١٩٤٨، وفشلت هذه التنبؤات فشلاً ذريعاً، وتعرضت عملية قياس الرأي العام على أثر ذلك لهجوم عنيف من معارضيها، ولكن سرعان ما عادت الثقة إليها مرة أخرى عندما تنبأ معهد جالوب عام ١٩٦٠ بنتائج الانتخابات بين كيندي ونيكسون تنبؤاً صحيحاً ودقيقاً.

وشهد **عقد الستينيات** من القرن الماضي انطلاقاً حقيقياً في مجال استطلاعات الرأي العام تمثل في امتداد هذا النشاط العلمي إلى **دول الاتحاد السوفيتي السابق والى العديد من دول أوروبا الشرقية**،حيث أنشئت هيئات علمية ومراكز لبحوث الرأي العام وبدأت عملها باستطلاعات تتناول وسائل الإعلام، واستمرت في خطواتها – التي تعثرت أحياناً وتوقفت تماماً أحياناً أخرى – حتى توجت بإجراء استطلاعات للرأي العام منذ أواخر الثمانينيات وبداية التسعينيات من القرن الماضي تتناول أهم القضايا السياسية وأشدها حساسية.

ولعل **مرحلة النضج** التي بدت منذ **أوائل السبعينيات** من القرن الماضي تبدأ بتناول استطلاعات الرأي العام وقياساته برؤية شاملة متكاملة من خلال التركيز على الجانب الديناميكي الخاص "**بالعملية**" وليس مجرد

الاكتفاء برصد موقف الرأي العام في اللحظة الآنية **ومن أمثلتها**: مشـروع المسح الاجتماعي العـام (GSS) والمسح الاجتمـاعي الـدولي (ISSP) والبارومتر الأوروبي (EBS) وكما تحدد ناهد صالح – بدقـة متناهيـة – سيطرت على ساحة العمل العلمي في مجال الرأي العام على مـدى نصـف قرن من الزمان **ثلاث قضايا أساسية هي**: الديمقراطية، المنهج والنظريـة، وقضية الأخلاقيات الحاكمة للعمل في مجال استطلاعات وقياسـات الـرأي العام.

٥- قياس الرأي العام في الدول العربية: مصر كمثال[٢]:

٥/ ١-**تعتبر مجموعة الانتخابات والاستفتاءات** من أهـم معـالم التجربـة المصرية في قياس الرأي العام، إلا أنها لا تمثل قياساً دورياً متتابعـاً لاتجاهات الرأي العام المصري، كما أنها تقيس اتجاهات الرأي العـام حيال بعض القضايا المطروحة من قبل القيـادة السياسـية فقـط، أو الموضوعات الهامة التي تقتصر فـي الغالـب علـى الموضـوعات السياسية.

٥/ ٢-ويضاف إلى ما سبق، **مجموعة تقارير الرأي العام التي تعدها بعـض الجهات الرسمية كالهيئة العامة للاستعلامات**، فلقد أنشـأت مصـلحة الاستعلامات – آنذاك معهد الرأي العام والإعـلام للقيـام بعمليـات استطلاع الرأي التي تساعد في تخطيط وتنفيذ السياسات الحكومية على ضوء حاجات الشعب ورغباته ولم تقتصر وظيفة المعهد على مجـرد الحصول على إجابات ذات قيمة ممن يستجوبهم – كما يحـدث فـي معظم الدول المتقدمة – وإنما تتضمن تعليم الجمهور وتدريبه على أن يعبر عن رأيه[٣].

وتعتمد الهيئة العامة للاستعلامات على أفراد متخصصين يطلق على كل منهم (أخصائي الرأي العام) ويتوزعون على مراكز الإعلام في جميـع أنحاء الجمهورية – تصل حالياً إلى ٦٥ مركز – مع أخصائيين آخرين فـي الإعلام والاتصال ومهمتهم هي موافاة إدارتهـم المركزيـة بتقـارير عـن اتجاهات الرأي العام يتبعون فيها عادة أسلوب الملاحظة[٤]. ويرى يحيى أبو بكر – وهو من الخبراء الإعلاميين الذين تولوا رئاسة هيئـة الاسـتعلامات لبعض الوقت – أن الطريقة التي تُعد بها هذه التقارير وعدم توافر الإمكانيات الضرورية للمكلفين بإعدادها وتعبيرها في كثير من الأحيان عن رأي شخص أو رأي فئة محدودة لتعذر القيام بغير ذلك، والتجائها إلى التعميم فيما لا يمكن إلا أن يكون جزئياً واعتمادها على الاستنتاج بدلاً من التسجيل يقلل من إمكان التعويل عليها إلا فيما يمكن أن تفيد به في **تحليل الشائعات**[٥]، وهو ما أكدته دراسة أخرى لمسئولة من الهيئة العامة للاستعلامات حيث ذهبـت إلـى أن النتائج لا يمكن الزعم بأنها سليمة مائة بالمائة[٦]. **وإن كنا نرى أن وجود ٦٥**

مركز إعلامي داخلي يتوزعون على مختلف المحافظات، وجهود ملموسة في التدريب يجعل الهيئة العامة للاستعلامات في مقدمة الجهات المؤهلة في هذا المجال.

٥/ ٣-كما توجد **مجموعة مراكز خاصة** مازالت في بداية الطريق، وتحتاج إلى مزيد من الدعم والاعتراف بها كأجهزة محايدة في مجال قياس الرأي العام مثل المجموعة الاستشارية للشرق الأوسط (ميج)، والمكتب الدولي لاستشارات المعلومات(٧).

٥/ ٤-وتوجد **قياسات الرأي العام حيال موضوعات محددة تقوم بها بعض الجهات لخدمة أهدافها العملية مثل:** اتحاد الإذاعة والتليفزيون والمجلس القومي للسكان والمجلس القومي للأمومة والطفولة(٨).

٥/ ٥-ويُعد **جهاز الرأي العام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية** أول جهاز متخصص في هذا المجال(٩)، حيث صدر قرار بتشكيله عام ١٩٧٦ وأجرى العديد من الاستطلاعات التي تنوعت مجالاتها ومنها: اتجاهات الرأي العام نحو: الإنجاب، العمل في الدول العربية، عودة المرأة إلى البيت بنصف أجر، زيارة السادات إلى القدس، ظاهرة الدروس الخصوصية، ونظام الحكم المحلي.

ولقد صدر قرار تشكيل الجهاز في نوفمبر عام ١٩٧٦ على أن يكون تابعاً مباشرة إلى رئيس المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، وشكلت لجانه على الوجه الآتي(١٠):

- الاتصالات العليا والإشراف العام على الجهاز ويتولاه رئيس مجلس إدارة المركز.
- **هيئة المستشارين:** وتتبع رئيس مجلس الإدارة مباشرة، وتتكون من عدد من الشخصيات العلمية بالجامعات المصرية من أصحاب التخصصات المختلفة ذات الصلة بنشاط الجهاز، بالإضافة إلى عدد من الشخصيات العامة ذات الصلة بنفس النشاط، وتكون صلاحية هذه الهيئة استشارية تتمثل في وضع الخطوط العامة لنشاط الجهاز واقتراح آفاق تطويره بالأساليب الفنية والنظم العلمية المختلفة.
- **نائب المشرف العام:** على الجهاز وهو أحد خبراء المركز ويتولى الإشراف الفعلي وتنظيم العمل وإدارته داخل الجهاز.
- **مستشار الجهاز، وهيئة فنية** تتولى تخطيط الاستطلاعات المختلفة وتصميم الأدوات ومتابعة إجراء الاستطلاعات وكتابة التقارير، وسكرتارية اتصالات.

٥/ ٦-وأنشأت جامعة القاهرة **مركزاً لبحوث الرأي العام** حيث وافق مجلس الجامعة في ٢١ **يونيه** ١٩٨٢ على إنشاء مركز بحوث الرأي العام

بكلية الإعلام[١١]، وبدأ في ممارسة نشاطه في هـذا المجـال، ويعـد المركز أهم مراكز بحوث الرأي العام لوجود كفاءات علمية متنوعـة بين أعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام مما يعطي بحوثه بعداً علميـاً كبيراً ويضفي على تقاريره الدقة العلمية.

وتتمثل أهداف مركز بحوث الرأي العام بجامعة القاهرة فيما يلي:

- القيام بالبحوث والدراسات الخاصة بقياس الرأي العام في مصر وخارجها.
- القيام بخدمات التدريب والاستشارات العلمية للجهات المختلفة في مصـر وخارجها.
- القيام بالأبحاث المشتركة مع بعض الجهات أو الهيئات الوطنية والإقليمية والدولية في مجالات تخصص المركز، فضلاً عن التعاون مع الجامعـات والمعاهد والمراكز البحثية بهذه الجهات المحلية والعربية والدولية.
- تنظيم المؤتمرات والندوات الخاصة بأهداف المركز.
- القيام بعمليات الترجمة العلمية والنشر للبحوث والدراسات المتصلة بالرأي العام.
- إصدار **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** كأول مجلة علميـة عربيـة محكمة على المستوى العربي في مجال الرأي العام.

ومن أبرز إنجازات مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام جامعـة القاهرة القيام بالعديد من البحوث والدورات التدريبية ومنها:

- دراسة استطلاعية حول واقـع عمـل المـرأة بالمشـروعات الصـغيرة والمتوسطة بإقليم الإسكندرية بالتعاون مع جمعية سـيدات أعمـال إقلـيم الإسكندرية وبرنامج دعم مبادرات الجمعيات الأهلية بصندوق المبـادرات البيئية.
- دراسة لتقييم الإعلام البيئي المحلي لإقليم الدلتا بالتعـاون مـع الجمعيـة المركزية للإعلام والبيئة وبرنامج دعـم مبـادرات الجمعيـات الأهليـة بصندوق المبادرات البيئية.
- بحثان بالتعاون مع اتحاد الإذاعة والتليفزيون، الأول: حول اتجاهات الرأي العام نحو برامج الإذاعة والتليفزيون، والآخر: عن السـلوك الاتصـالي للشباب المصري.
- بحث مشترك مع الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء حـول مـدى اقتناع السكان في سن الشباب بفكرة تنظيم الأسرة.
- تنفيذ عدة دورات تدريبية حول مهارات بحوث الرأي العام للعاملين بالهيئة العامة للاستعلامات والأساليب الكمية والكيفية لقياس الرأي العام مع **مركز البحرين للدراسات والبحوث.**

- إجراء دراسة ميدانية حول اتجاهات الجمهور المصري نحو الخدمات الثقافية بالتعاون مع صندوق التنمية الثقافية.
- إجراء دراسة ميدانية حول قراء الصحف في مصر بالتعاون مع مؤسسة أخبار اليوم.
- إجراء دراسة حول دور الجمعيات الأهلية في برامج تنظيم الأسرة مع المجلس القومي للسكان.
- إجراء دراسة حول جريدة الأهرام: رؤية مستقبلية مع مؤسسة الأهرام.
- دراسة لاستطلاع رأي الجمهور في مشكلات المجتمع المصري بالتعاون مع أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا.

ثانياً: مشكلات قياس الرأي العام:

تواجه عملية قياس الرأي العام في الدول النامية مجموعة من المشكلات منها[١٢]:

١-**نقص المعلومات كماً وكيفاً المتاحة للأفراد في الدول النامية**: على الرغم من أهميتها في تكوين الرأي، فمن لا معلومات عنده لا رأي سديد له، ومن المعروف أننا نعيش في عصر تدفق المعلومات و(الانفجار المعلوماتي).

٢-**النقص الشديد في وسائل نقل المعلومات في الدول النامية**: ففي مصر مثلاً لم تكن وسائل الإعلام تغطي كافة أنحاء مصر حتى بدأت مرحلة السيادة الإذاعية منذ عام ١٩٨١ وزادت قوة الإرسال الإذاعي من ٢٨٠٠ كيلووات إلى ١٣٧٨٢ كيلو وات والتليفزيون ٦٥٥ كيلو وات عام ٢٠٠٤، ووصل إجمالي ساعات الإرسال الإذاعي ٤٧٦ ساعة يومياً وأصبح البرنامج العام يذيع برامجه خلال الـ٢٤ ساعة – دون توقف كما كان يحدث بعد الساعة الواحدة والنصف صباحاً – **وكذلك شبكات**: القرآن الكريم، الشرق الأوسط، الشباب والرياضة، صوت العرب والبرنامج الموسيقي وإذاعة الأغاني، بالإضافة إلى شبكة الإذاعات الموجهة التي تضم ٤٦ خدمة إذاعية مستخدمة ٣٥ لغة تخاطب مختلف المناطق في العالم. وظهرت عشر إذاعات محلية تذيع ١٧٥ ساعة يومياً و٤ إذاعات متخصصة تذيع يومياً ٤٦ ساعة و٢٩ قناة تليفزيونية عامة ومتخصصة تذيع يومياً ٤٦٤ ساعة[١٣].

إلا أنه مازال هناك مشكلات تواجه وصول الصحف إلى الأرياف والمناطق النائية، وتبين من دراسة ميدانية أن عدد النسخ التي تصل إلى القرية المصرية يتراوح بين أربع وست نسخ يومياً، وينخفض هذا العدد في الشتاء حيث يحول سقوط الأمطار دون توزيعها[١٤].

٣-تحول بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية للأفراد في الدول النامية دون الاستفادة من المعلومات المقدمة من وسائل الإعلام: حيث تصل نسبة الأمية إلى (٥٦,١%) وإذا كانت نسبة الأمية في تناقص إلا أن أعداد الأميين تتزايد نتيجة لتزايد السكان مما يحول دون التعرض لوسائل الإعلام المطبوعة، **بالإضافة إلى الخصائص الأخرى التي توجد في الدول النامية ومنها**: السطحية وعدم العمق، وصغر شرائح الرأي العام المعتدلة وكبر شرائح الرأي العام المتطرفة لضعف أو حتى اختفاء القوى الاجتماعية الوسيطة وخصوصاً الطبقة الوسطى وانتشار النظرة إلى الأمور على أساس أنها منفصلة (أبيض وأسود) وليست متصلاً له درجات.

ويضاف إلى ما سبق، أن انخفاض الدخول يحد من شراء وسائل الإعلام المطبوعة والتعرض للإنترنت من ناحية والتردد على دور السينما والمسرح – والمركزة في العواصم من ناحية أخرى.

٤-يحول **النقص الواضح في الموارد المالية للدول النامية** دون إجراء قياس علمي دوري دقيق لما يتطلبه ذلك من تكاليف باهظة وأجهزة تكنولوجية متقدمة.

٥-**كثرة المشكلات المنهجية التي تواجه قياس الرأي العام وفي مقدمتها**[١٥]: التشكيك في أهمية قياس الرأي العام، انخفاض الوعي بأهمية الاستطلاعات، قلة العائد من الاستبيانات البريدية، عدم الإدلاء ببيانات صحيحة، محاولة التخلص من الباحث، كثرة ظهور فئة (اللارأي)، صعوبة تطبيق اختبارات الصدق لعدم وجود محكات خارجية للقياس وقلة أو ندرة الباحثين المؤهلين المدربين الأمناء لجمع البيانات.

ثالثاً: التقسيم الوظيفي لمسوح الرأي العام:

يمكن تقسيم مسوح الرأي العام تقسيماً وظيفياً علىالنحو التالي[١٦]:

١- **استطلاع الرأي العام**: ويعتبر أول أنواع مسوح الرأي العام ويستهدف التعرف السريع والفوري للرأي العام حيال قضية أو قضايا معينة، حيث يكتفي بمعرفة الرأي العام والنسب المئوية أو رصد الشائعات والنكت وتحليلها.

٢- **قياس اتجاهات الرأي العام**: ويستهدف التعرف على الأراء والدوافع الكامنة ورائها، ويتميز بالبطء النسبي في إنجازه، ويستخدم أساليب متقدمة في التحليل الإحصائي.

٣-**بحوث الرأي العام**: وتستهدف توفير ذخيرة حية من المعلومات تفيد في التخطيط الإعلامي، وقد تكون **بحوثاً نظرية** مثل البحوث التي تتناول بالدرس مقومات الرأي العام في دولة ما[١٧]، **أو ميدانية** مثل تحليل دوافع مروجي الشائعات وخصائصهم ودوافع وأنماط التعرض لوسائل الإعلام[١٨]، أو الكشف عن قادة الرأي العام في المجتمع وخصائصهم، وقد تكون **بحوثاً تحليلية** لمضمون ما يكتب أو يذاع داخل البلاد وخارجها[١٩]: مثل تحليل بريد القراء المنشور وغير المنشور، صفحات وأعمدة الرأي، البرامج السياسية من قنوات فضائية، التناول الإعلامي لقضية ما من القضايا السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية أو التعليمية أو الرياضية.

رابعاً: أهم التوصيات التي يمكن أن تسهم في تطوير وترشيد قياسات الرأي العام في مصر:

قدم مدير مركز بحوث الرأي العام الأسبق أستاذنا الدكتور سمير حسين مجموعة من الاقتراحات والتوصيات التي يمكن أن تسهم في تطوير وترشيد قياسات الرأي العام في مصر، نتفق معه فيها تماماً، ونتطلع إلى الأخذ بها حتى تحقق قياسات الرأي العام الأهداف المرجوة منها وهذه الاقتراحات هي[٢٠]:

- التأكيد على ضرورة القيام ببحوث الرأي العام وقياسه بطريقة دورية ومستمرة بالنسبة لمختلف القضايا والموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدينية وغيرها، وعدم التخوف من القيام بهذه الدراسات، لأن المخاطر التي قد تنجم عن عدم قياس الرأي وافتراض الإحاطة به دون معرفة ميدانية حقيقية، وتجاهل قياسه في بعض الحالات، تعتبر مخاطر عالية نسبياً يمكن تجنبها بالقياس العلمي الدوري الدقيق.
- مع التسليم بأهمية "تقارير المعلومات" إلا أن من الخطورة أن تعتمد عليها فقط كمقياس وحيد لاتجاهات الرأي العام، حيث لا تمثل في الواقع مقياساً حقيقيا للرأي العام. ويجب التأكيد على ضرورة اتباع الأسس العلمية في قياس الرأي العام المتمثلة في تحديد المشكلات والموضوعات المطلوب قياس الرأي العام بشأنها، واختيار العينات الممثلة تمثيلاً صحيحاً للمجتمع المراد قياس الرأي العام به، وتصميم أدوات جمع البيانات والمعلومات بطريقة صحيحة وموضوعية ودقيقة تضمن التعرف والكشف الدقيق عن اتجاهات الرأي العام، والقيام بعمليات التحليل والتفسير وربط نتائج القياس

بالمؤشرات الأخرى ربطا علميا يساعد على المعرفة المتكاملة والإحاطة الموضوعية، ويؤدي إلى إمكانية التنبؤ باتجاهات الرأي العام مستقبلاً.

- عدم الاقتصار على جهة واحدة فقط في عملية قياس الرأي العام، والسعي إلى إحداث أكبر قدر من التكامل بين جهود عدة مؤسسات بحثية أو مراكز بحوث، لأن ذلك سيؤدي بالضرورة إلى تعدد وجهات النظر، وتوسيع نطاق المعرفة، وشمول النظرة، وتوفير درجة الحياد والموضوعية المطلوبة، والتعرف على كافة الأبعاد والزوايا والمداخل المختلفة للموضوعات التي يقاس الرأي العام بشأنها، وكذلك معرفة المزيد من التحليلات والتفسيرات المتنوعة التي تثري المعرفة المطلوبة بالرأي العام.
- أهمية الربط بين نتائج قياس الرأي العام والمضمون الإعلامي الموجه إلى المواطنين عبر وسائل الإعلام أو أشكال الاتصال الشخصي، حيث توجد باستمرار درجة عالية من الارتباط بين قياس الرأي العام من جهة، وتنوير الرأي العام وتوجيه مساره وتصحيح الأسس المعرفية القائم عليها من جهة أخرى، كما أن الاكتفاء بقياس الرأي العام فقط لن يؤدي وظيفته بالكامل إلا إذا اقترن ذلك بتقديم معلومات ومواد إعلامية تساعد على إعطاء معلومات صحيحة،واستكمال المعلومات المنقوصة، وتصحيح المعلومات الخاطئة، وهكذا تتحول نتائج قياسات الرأي العام إلى أدوات إيجابية لتنوير الرأي العام وخلق الرأي العام الواعي المستنير.
- ضرورة دعم وحدات قياس الرأي العام بالإمكانات المادية والتكنولوجية التي تساعد على سرعة القيام بعمليات جمع البيانات وتبويبها وتحليلها واستخلاص نتائج متنوعة منها، مع القدرة العالية على اختزان المعلومات واسترجاعها وربطها بالمعلومات الأخرى المتاحة عن موضوعات مرتبطة أو متشابهة.
- أهمية التدريب المنظم المكثف للقوى البشرية من المتخصصين في مجال دراسات وقياسات الرأي العام الذين يجب انتقاؤهم على أساس التخصص، والخبرة، وسعة الأفق، ورجاحة العقل والمنطق والفكر، والأمانة، والثقة، والاستشعار بمسئولية العمل الوطني الذي يقومون به،مع إتاحة الفرصة أمامهم للاطلاع على أحدث النظم العالمية في قياس الرأي العام، والانفتاح المعرفي والمهني على تجارب الدول المختلفة في هذا المضمار.

ونود في هذا الصدد الإشادة بالجهات البحثية التي تهتم بالتدريب في مجال الرأي العام ومنها: مركز البحرين للبحوث والدراسات(*)، ووزارة الإعلام العمانية(**)، والهيئة العامة للاستعلامات، واتحاد الإذاعة والتليفزيون(***) ومركز الرأي العام للمشاريع الإعلامية بمملكة البحرين(****).

(*) قام المؤلف بتنظيم دورة مكثفة في أساسيات قياس الرأي العام بمركز البحرين للبحوث والدراسات في يونيه ٢٠٠٣، وتلقى المتدربون بالمركز دورة مكثفة حول الأساليب الكمية والكيفية في استطلاعات وبحوث الرأي العام بمركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام في أغسطس ٢٠٠٣.

(**) قام المؤلف بتنظيم العديد من الدورات التدريبية في هذا المجال بوزارة الإعلام العمانية خلال سنوات عمله مستشاراً للرأي العام وبحوث المستمعين والمشاهدين (١٩٨٩-١٩٩٨).

(***) يشارك المؤلف في الدورات التدريبية العامة والمتخصصة التي تعقدها الهيئة العامة للاستعلامات ومعهد الإذاعة والتليفزيون حول الرأي العام وطرق قياسه، بالإضافة إلى مكتب المستشار الوطني.

(****) أشرف المؤلف على إعداد استطلاع للرأي العام البحريني حول الانتخابات البلدية وشارك في افتتاح مركز الرأي العام للمشاريع الإعلامية بمملكة البحرين في سبتمبر ٢٠٠٥.

مراجع الفصل:

١- *للاستزادة حول نشأة قياس الرأي العام وتطوره أنظر ما يلي:*

- أحمد أبو زيد. *مرجع سابق.* ص١٤٥.
- راجية قنديل. دراسة الرأي العام في الولايات المتحدة الأمريكية. *في: المجلة المصرية لبحوث الاتصال.* العدد الرابع، ديسمبر ١٩٩٨.
- ستوتزل، جان، آلان جيرار. *استطلاع الرأي العام. تأليف:* جان ستوتزل، الآن جيرار. *ترجمة:* عيسى عصفور (بيروت: مكتبة الفكر الجامعي، ١٩٧٥).
- شيللر، هربرت. صناعة استطلاع الرأي العام: قياس وتصنيع الرأي. في كتابه: *المتلاعبون بالعقول هربرت شيللر، ترجمة:* عبدالسلام رضوان. (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٨٦) ص ص١٣٦-١٦١.
- عاطف عدلي العبد. قياس الرأي العام. *في: مجلة النيل.* مرجع سابق. ص ص٤٢-٤٣.
- عاطف عدلي العبد. قياس الرأي العام: الأسس النظرية والجوانب المنهجية. *محاضرات غير منشورة* بالدورة التدريبية في مجال قياس الرأي العام لموظفي وزارة الإعلام العمانية (مسقط: وزارة الإعلام، ١٩٨٩).
- عاطف عدلي العبد. *مدخل إلى الاتصال والرأي العام.* ط٣ (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٨) ص ص١٣٠-١٤٨.
- ناهد رمزي. *الرأي العام وسيكولوجيا السياسة.* (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩١).
- ناهد صالح. *قياس الرأي العام: الماضي، الحاضر، المستقبل.* (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٩٣).
- ناهد صالح وآخرون. *قياس الرأي العام في المنهج والأخلاقيات: استطلاع لرأي نخبة متخصصة. تأليف:* ناهد صالح، ونجوى خليل، هند طه، عبير صالح (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٩٤).
- ناهد صالح وآخرون. *قياس الرأي العام: استطلاعات الرأي ودراسات.* (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٩٤).
- ندوة قياس الرأي العام في مصر (١ – ١٢ مارس ١٩٨١) بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية.
- Berelson, B. ***Reader In Public Opinion And Communication*** (Callier Macmillan, 1967).
- Cantril, H. ***Op. Cit.*** P.27.
- Childs, H., ***Op. Cit.*** P.15.
- Key, V. ***Public Opinion And American Democray*** (N. Yo.: Knoff, 1966).

٢- *للاستزادة حول قياس الرأي العام في مصر انظر المراجع الآتية:*

- سمير محمد حسين. *مرجع سابق.* ص ص٣٥٠-٣٥٦.
- عاطف عدلي العبد. قياس الرأي العام. *في: مجلة النيل. مرجع سابق.* ص٤٢.

- عبدالحميد حجازي. ***الرأي العام والإعلام والحرب النفسية***. (القاهرة: دار الرأي العام، ١٩٨٧) ص ص٢٢٨-٢٩١.
- ناهد رمزي. محاولة علمية لدراسة الرأي العام في مصر. ***في: ندوة قياس الرأي العام في مصر*** بالقاهرة ١٠-١٢ مارس ١٩٨١. ص ص١٤-٥٩.

٣- ***للاستزادة حول تجربة الهيئة العامة للاستعلامات انظر المرجع الآتي:***

- محمد عبدالقادر حاتم. ***مرجع سابق***. ص ص٢٨٤-٣٠٣.

٤- يحيى أبو بكر. حاضر قياس الرأي العام ومستقبله في مصر. ***في: ندوة قياس الرأي العام في مصر*** بالقاهرة ١٠-١٢ مارس ١٩٨١ ص٦٧.

٥- ***المرجع السابق***. الصفحة نفسها.

٦- المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية. ***ندوة قياس الرأي العام في مصر*** ١٠-١٢ مارس ١٩٨١. ***مرجع سابق***. ص٣٢٠.

٧- ***من البحوث الهامة التي أجرتها هذه المكاتب ما يلي:***

- المجموعة الاستشارية للشرق الأوسط. "برامج وإعلانات التليفزيون كما يراها المشاهدون والمعلنون". ***غير منشور***. (القاهرة: المجموعة، ١٩٨٠).
- المكتب الدولي لاستشارات المعلومات. "نموذج لإذاعة محلية تلبي الاحتياجات والرغبات في بيئة محلية". ***غير منشورة***. (القاهرة: المكتب الدولي لاستشارات المعلومات واتحاد الإذاعة والتليفزيون، ١٩٨٠).

وللاستزادة انظر الدليل الآتي:

- عاطف عدلي العبد. ***دليل بحوث الاتصال في الوطن العربي***. ط٢ (القاهرة: دار الفكر العربي. ١٩٩٥) ص ص١٥٥-١٥٨.

٨- ***للاستزادة حول تجربة مؤسسة الإذاعة والتليفزيون المصرية في البحوث انظر المرجع الآتي:***

- عاطف عدلي العبد. التجربة البحثية لمؤسسة الإذاعة والتليفزيون المصرية. ***في: مجلة البحوث***، العدد٢٣ عام ١٩٨٨.

٩- جهاز قياس الرأي العام. ***جهاز قياس الرأي العام في ثلاث سنوات***. (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية. ١٩٧٩).

١٠- ***المرجع السابق***.

١١- دليل كلية الإعلام جامعة القاهرة ٩٩/٢٠٠٠.

١٢- سمير محمد حسين. ***مرجع سابق***. ص٣٥٣.

- صفوت فرج. الاعتبارات المنهجية والعلمية في قياس الرأي العام. ***في: الدورة التدريبية الأولى للعاملين في مجال الرأي العام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية***، د.ت) ص٣٧.
- عاطف العبد. ***قياس الرأي العام. مرجع سابق***. ص٤١.

١٣- الكتاب الإحصائي السنوي لاتحاد الإذاعة والتليفزيون ٩٧/١٩٩٨.

- عاطف عدلي العبد. ***الراديو والتليفزيون في مصر. في كتاب: صفوت الشريف (تقديم). الإعلام المصري: الماضي، الحاضر، والمستقبل***. (القاهرة: وزارة الإعلام، ١٩٨٨).

١٤- صلاح عبدالحميد محمد. ***قياس دور وسائل الإعلام في التنمية*** (القاهرة: مؤسسة ماسبيد، ١٩٨٢).

- عاطف عدلي العبد. ***علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال: دراسة ميدانية***. (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٨).
- فاروق يوسف. ***مرجع سابق***. ص ص٢٥-٢٦.

١٥- ***للاستزادة انظر المراجع الآتية***:

- عواطف عبدالرحمن. رؤية نقدية لاستطلاعات الرأي العام في العالم الثالث. ***في: ندوة قياس الرأي العام بمصر ١٠-١٢ مارس ١٩٨١*** ص ص١٨٥-٢٠٥.
- صفوت فرج. ***مرجع سابق***. ص ص٣٥-٣٧.
- كمال المنوفي. الرأي العام في الدول النامية: بيئته ومشاكل قياسه. ***في: ندوة قياس الرأي العام في مصر ١٠-١٢ مارس ١٩٨١***. ص ص١٦٣-١٨٤.
- كمال المنوفي. الرأي العام في الدول النامية. ***في: عالم الفكر***، المجلد الرابع عشر، العدد الرابع، يناير-مارس ١٩٨٤ ص ٦٥-٧٨.
- مختار التهامي. نظرة نقدية لأساليب قياس الرأي العام في الدول النامية. ***في: ندوة قياس الرأي العام في مصر بالقاهرة ١٠-١٢ مارس ١٩٨١***. ص٤.
- ناهد رمزي. ***قياس الرأي العام في الدول النامية***. (القاهرة: جهاز قياس الرأي العام، ١٩٧٩) ص١٥.
- Charles M. And Robert, P. Anote On No-Response In Mail Survey. ***In: P. O. Quarterly***, Vol.30, 1966. Pp.837-646.
- Joe, F. And Lawrence, B. What We Know About: I Do N't Know?. ***In: P. O. Quarterly***, Vol.39, 1975, Pp.207-218.

١٦- سمير محمد حسين. ***مرجع سابق***. ص ص٣٥٠-٣٥٢.

١٧- ***من أمثلة ذلك***:

- عاطف عدلي العبد. ***المرأة الريفية***. ***مرجع سابق***. ص ص٧-١٢٠.

١٨- عاطف عدلي العبد. ***علاقة الطفل المصري بوسائل الإعلام***. (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٨).

١٩- نادية سالم. أسلوب غير تقليدي لقياس الرأي العام: تحليل مضمون بريد القراء في الصحف المصرية في الستينيات والسبعينات. ***في: المجلة الاجتماعية القومية***، العدد الأول، يناير ١٩٨٠. ص ص٢٩-٤٤.

٢٠- سمير محمد حسين. ***مرجع سابق***. ص ص٣٦١-٣٦٣.

الباب الثاني

الرأي العام المصري والفضائيات

دراسة في ترتيب الأولويات

تأليف

د./ نهى عاطف العبد

المدرس بقسم الإنتاج الإذاعي والتليفزيوني
بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام
مدينة الإنتاج الإعلامي



الفصل الخامس

الإطار المنهجي للدراسة

مقدمة:

نعيش الآن في عصر ثورة المعلومات Information Revolution، التى من المتوقع أن تكون لها تأثيراتها التى لاتقل قوة وضخامة عن تأثيرات الثورة الصناعية، ويتضح ذلك من خلال التطور السريع للتقنيات التكنولوجية، وتكمن خطورة ثورة المعلومات فى كونها لاتخدم جميع فئات الجمهور، حيث أن الفئات الفقيرة أو الأقل تعليماً لا تُعد من الفئات المستهدفة من هذه الثورة، ولكن من المفترض أنه بمرور الوقت سيتم تصحيح هذه الأوضاع من خلال الإنتاج الجماهيرى Mass Production حيث سيتم إنتاج أجهزة إلكترونية بأسعار زهيدة حتى يكون متاحاً للجميع إقتنائها[١].

وتوجد العديد من التطورات فى الساحة الإعلامية فى إطار هذه الثورة منها: تطوير أجهزة التلفزيون كى تتمتع بمزايا أجهزة الحاسب الآلى، حيث ظهرت أجهزة تلفزيونية مزودة بشاشات بلازما Plasma Television ذات الجودة المرتفعة التى تفوق جودة شاشات الحاسب الآلى، ومن مظاهر التطور التقنى Techniques Development أيضاً ظهور الشاشات كبيرة الحجم، وظهور التلفزيون عالى الجودة High Definition TV. الذى يستخدم التقنية الرقمية، مما يوفر جودة صوت عالية كما هو الحال فى الإسطوانات المدمجة، كما أن جودة الصورة تقترب من جودة الصورة السينمائية CD Quality Sound, Movie Quality Picture، بالإضافة إلى تطور مماثل فى جانب الإنتاج Production Field يتمثل في ظهور الكاميرات الرقمية ذات الحجم الصغير والإمكانات الكبيرة التى تمكنها من ارسال إنتاجها مباشرة عبر الأقمار الصناعية، مما دعم عنصر الفورية فى نقل الأحداث[٢].

كما أن من التطورات التى تحدث على الساحة التكنولوجية: الإنتقال التدريجى من النظام التماثلى إلى النظام الرقمى، ومن ثم لن نحتاج قريباً سوى لجهاز صغير يوضع فى التلفزيون ليحول الإشارة التلفزيونية إلى إشارة رقمية ولن نحتاج إلى أجهزة ريسيفر أو أطباق لإستقبال إرسال الأقمار الصناعية، لأن الإشارة المرسلة عبر الأقمار الصناعية ستكون إشارة رقمية مما يسهل إستقبالها عبر أجهزة إستقبال رقمية بدون وسيط متمثل فى أجهزة الإستقبال Receiver[٣].

ومن التطورات أيضاً إستخدام تقنية النقل التلفزيونى عبــر الأقمــار الصناعية على نطاق واسع مما يوضح عــدة أمور **منها**: ظهور المزيد من القنوات التلفزيونية بما يسمى **الإنفجار الفضائى**، وإمكانية وصـــول إرســـال دولة لـــدولة أخرى بسهولة، مما أدى إلى إنفتاح المشاهد على الحضـــارات المختلفة. وأدى ظهور القنوات الفضائية على **المستوى المهنى** إلى زيـــادة عدد العاملين فى هذا المجال نتيجة لزيادة عدد القنوات وظهور قنوات تقـــدم مضامين إعلامية على مدار الساعة، وبالتالي تزايد الإحتياج إلـــى كـــوادر إعلامية، كما أصبحت الرسالة الاتصالية الواحدة تصل إلى عدد ضخم مـــن الجماهير المنوعة والمنتشرة فى مختلف إنحاء العالم، وبالتالى أصبح هنـــاك ضرورة لإعادة النظر فى صياغة الرسالة الاتصالية بالشكل المرغوب فيـــه والقابل للفهم لدى الجماهير من كافة الفئات(٤).

وظهرت فى هذا الإطار **منافسة شرسة** ما بين القنـــوات الفضـــائية وقنوات الكابل، ويقول توماس إيجان Eagan , Thomas فى هذا الصدد أن عام ٢٠٠٦ يُعد آخر عام فيه منافسة بين القنوات الفضائية وقنـــوات الكابـــل المتخصصة، حيث أن المنافسة قد حُسمت لصالح قنوات الكابل التـــى تـــوفر مضامين أفضل، وأحدث، وأكثر تنوعاً، بالإضافة إلـــى توفيرهـــا خـــدمات المشاهدة حسب الطلب، والتلفزيون المدفوع، والتلفزيـــون التفـــاعلى وكلهـــا خدمات تتلاءم مع روح العصر من ناحية وإحتياجات الجمهـــور الآن مـــن ناحية أخرى(٥).

ولذلك أدت التطورات الحديثة علـــى الســـاحة الإعلاميـــة إلـــى أن المواطنين الذين كانوا يعتمدون على وسائل **إعلامهم المحلية** فقط للتعـــرف على أيه أحداث داخلية تقع فى دولتهم أصبحوا يشاهدون الأحداث التى تقـــع فى دولتهم من وسائل الإعلام **المحلية والدولية** على حد الســـواء، وبالتـــالى يقعوا فى إشكالية المقارنة بين المضامين المقدمة فى كليهما **من حيث**: درجة الإنفتاح والجرأة فى العرض، وتميز الشكل، وعادة لاتكـــون المقارنـــة فـــى صالح وسائل إعلامهم المحلية، فيتجهون إلى وسائل الإعلام الأجنبية وهنـــا تكمن المشكلة فى كونها تقدم مضامين غير موضوعية حيث أن لها أهـــدافاً سياسية تسعى لتحقيقها من خلال هذه المضامين(٦)، بالإضـــافة إلـــى **تـــدنى** مستوى المضامين الإعلامية فى إطار التعامل معها بإعتبارها **سلعة** تقـــاس جودتها بحجم جمهورها بصرف النظر عن مدى مراعاتها للمعايير الثقافيـــة والأخلاقية، كما إنها تبث قيماً غريبة عن مجتمعاتنا بما يسميه البعض "**بالغزو الثقافى**" وهو إستهداف غير جديد، حيث إنه منذ عصر الإسكندر الأكبر إلى عصر بوش الإبن والمنطقة العربية مستهدفة من الغزاة الطامعين فى إنشـــاء إمبراطوريات عولمية لأسباب سياسية اقتصادية، ومـــا تغيـــر خـــلال هـــذه السنوات هو بزوغ **الإعلام كسلاح فاعل فى هذه الحـــرب**، نظـــراً لتعـــاظم

قدراته، ولتغير أهداف الإستعمار نفسه الذى لم يعد يسعى للسيطرة المادية فقط وإنما للهيمنة الفكرية أيضاً[٧].

وأكدت العديد من الدراسات أن **القنوات الفضائية أنهت عزلة المواطنيين وخففت من وقع الإحتكار الإعلامى عليهم، وأصبحوا على وعى بوجهات النظر المختلفة مما جعل دول العالم المتقدم تستشعر إمكانية إستخدام هذه القنوات كوسيلة هامة للدعاية والحرب النفسية وذلك لإثبات وجودها وتحقيق أهدافها**[٨].

وبناء على ماسبق، توجد رؤيتان مختلفتان نحو القنوات الفضائية هما:

- التفكير فى القنوات الفضائية **كخدمة خاصة** تحاول الترويج لها وبيعها للجمهور، وهنا لانهتم بمن يوفر الخدمة ويقف ورائها وأهدافه من ذلك، لكن ما يهمنا هو المحصلة، وهى إقبال الجمهور على الخدمة وإشتراكه فيها وبالتالى نجاحها وتحقيقها لمكاسب مادية.
- التفكير فى القنوات الفضائية **كأداه ثقافية** فى المجتمع من شأنها أن ترتفع بعقلية الجمهور وإهتماماته وتثرى الحياه الثقافية، وهى بذلك لاتعتبر الربحية هاجسها الأول[٩].

ومن التطورات على الساحة الإعلامية أيضاً، الإتجاه **نحو التخصص** الذى يعتبر إتجاهاً عالمياً بدأ فى الولايات المتحدة وإنتقل منها إلى مختلف أنحاء العالم حتى البلدان النامية، ففى **تايوان** – على سبيل المثال – أصبح هناك عشرات القنوات المتخصصة وخاصة القنوات الإخبارية التى تقدم إرسالها على مدار الساعة لإشباع حاجات الجمهور إلى الأخبار من خلال خدمة إخبارية متميزة مقارنة بما كان يقدم فى الماضى من فترات إخبارية محددة فى قنوات عامة محدودة العدد[١٠]، وهى الظاهرة التى أمتدت إلى الوطن العربى، وظهرت الشبكات والقنوات المتخصصة مثل شبكات: Show Time والأوائل وأوربيت[١١] وعشرات القنوات المتخصصة، وفى مقدمتها قنوات الأخبار والأغانى والأفلام والأطفال والرياضة[١٢].

كما يُعد إستخدام **الإنترنت**[*] على نطاق واسع من التطورات الحديثة على الساحة الإعلامية، حيث أوضحت دراسة أمريكية أن التلفزيون الأمريكى فقد (٤٠%) من مشاهديه، وزاد عدد مستخدمى المواقع الإخبارية على الإنترنت بشكل يومى إلى ٢٢ مليون أمريكى، وذلك نتيجة لرفض التلفزيون منح المرشحين السياسيين وقتاً أطول للحوار، ولهذا تحولت شبكة الإنترنت إلى ساحة واسعة للعملية الإنتخابية **وأصبحت مصدراً للأخبار**[١٣]، كما ظهرت خدمات جديدة على الإنترنت تعرف باسم "**شبكات الأخبار Netnews**" التى إستبدلها قطاع يعتد به من الجمهور بمصادر التقليدية الأخبار المعروفة مثل الصحف والتلفزيون[١٤]، ونتيجة ذلك بدأت القنوات

الفضائية فى رفع سقف الحرية فى التعبير إلى مستوى يسمح لكل الأفكار – مهما بلغ تطرفها – بالتعبير عن نفسها، حيث سُمح للأفكار المختلفة أن تعبر عن نفسها وأن تقنع المُشاهد بصحة توجهاتها فى المجال السياسى فى الوقت الراهن[١٥]، بالإضافة إلى تدعيم فكرة **إنشاء قنوات متخصصة** بشكل متزايد إنطلاقاً من مفهوم السرعة التى يتسم بها العصر الحديث، حيث أن الإنسان فى هذا العصر ليس لديه الوقت الكافى لمشاهدة مضمون لايريده حتى يأتى موعد عرض هذا المضمون، بل يريد أن يشاهد ما يرغب فيه من مضامين فى الوقت الذى يناسبه[١٦].

يتضح مما سبق، وجود فجوة كبيرة بين معدل نمو "**الإنجازات**" و"**التحديات**" فى مجال الإعلام الفضائى، إذ تنمو "التحديات" على وتيرة **أسرع** من نمو "الإنجازات"، حيث أحدث ظهور القنوات الفضائية تغييراً على الساحة الإعلامية[١٧]، وزاد الوضع تعقيداً بظهور **التقنية الرقمية** التى أدت إلى تضاعف عدد القنوات الفضائية، مما أتاح إختيارات عديدة أمام المشاهد سواء من القنوات أو المضامين الإعلامية[١٨]، وزاد من حدة المنافسة، وأثر ذلك بالسلب على معدلات مشاهدة القنوات الوطنية، بالإضافة إلى زيادة خسائر بعض القنوات نتيجة هذه المنافسة فى ظل محدودية المساحة الإعلانية فى السوق الفضائى العربى ونقص البحوث والدراسات حول ماهية الجمهور وإحتياجاته ورغباته، بالإضافة إلى ظهور مفهوم **القنوات الإخبارية المتخصصة** التى تبث إرسالها على مدار الساعة World of 24 Hours News، مما يشكل ضغطاً على القنوات الفضائية العربية بشكل ما، ويزيد من تبعيتها للوكالات الأجنبية لملء ساعات إرسالها[١٩]، وهو نتاج العولمة حيث إنها عدة عمليات متداخلة، فهناك عملية تختص **بالإبداع**، وعملية ثانية متعلقة **بالإنتشار التقنى**، وعملية ثالثة متعلقة **بالجوانب العسكرية**، وعملية رابعة تختص **بالإنتاج والتجارة والتحديث**، وكلها تصب فى مفهوم واحد هو **الأمركة والسلعنة**[٢٠]، حيث يعرفها البعض بأنها نسق معين له عدة جوانب سياسية واقتصادية وثقافية وعسكرية ينتقل بشكل سريع من بيئة حضارية متقدمة إلى بيئة حضارية نامية، فالمُستَعمرون يقلدون المستعمرين وهذا ما تفرضه العولمة الآن[٢١]، التى لايستطيع شخص أن يعرف ماهيتها بالتحديد، حيث إننا إزاء العولمة كالعميان إزاء **الفيل** فى تلك القصة الشهيرة التى يلمس فيها كل من العميان جانباً من الفيل، فيصفه على إنه الفيل بأكمله دون أن يعرف أن للفيل جوانب أخرى، فكل منا فى وصفه للعولمة على صواب، غير أن معظمنا لايريد أن يعترف أن غيره على صواب أيضاً، ومن ثم كان من الطبيعى اختلاف المحللين لظاهرة العولمة حول تحديد ذلك الأثر فى الهوية[٢٢].

أولاً: مشكلة الدراسة وأهميتها:

أ/ مشكلة الدراسة:

تعتمد عملية تحديد مشكلة الدراسة على مراجعــة الباحــث **للتــراث العلمى** سواء كان له علاقة مباشرة أو غير مباشرة بموضوع البحث بشــكل دقيق، بالإضافة إلى إحساسه بأهمية المشكلة.

وترجع أهمية هذه الخطوة حتى لايقع الباحث فى مشــكلة " **بحــوث البرج العاجى The Ivory Tower Research**"، التي تتمثل فى ان يختار الباحث موضوعاً للدراسة ثم يكتشف بعد ذلك إنه دُرّس مــن قِبَــل بــاحثين آخرين، فيكون بذلك قام بجهد ضائع، لهذا تتطلب هذه المرحلة متابعة الباحث لحركة البحث العلمى وأعمال الندوات العلمية ومناقشات الرســائل العلميــة وأهم الإصدارات من الكتب والدوريات العلمية، إذ يفيده ذلك فى درء خطــر تكرار الجهد العلمى مرة أخرى بالإضافة إلى أهمية هذه الخطوة فى تعريف الباحث بخطوات بحثية جديدة تُمثل إضافة علمية لدراسته(٢٣)، كما ان هنــاك أساليب مؤثرة فى تحديد مشكلة الدراسة تساعد الباحث في التعرف على البيئة الفلسفية لدراسته، وبــذلك يَسُــهل عليــه تحديــد أنســب الأدوات البحثيــة والإجراءات المنهجية التى يُمكن إستخدامها(٢٤) ويُعد من أهم مصادر تنقــيح الفكرة البحثية(٢٥).

وفى ضوء ماسبق، تم **التحديد المنهجى لمشكلة الدراسة** فى ضــوء الظواهر الجديدة ومنها تعدد القنوات الفضائية العربية العامــة والإخباريــة المتخصصة التى تقدم نشرات إخبارية، وهو مايؤدى إلــى تعــدد نوعيــات المضامين وأساليب معالجة القضايا المختلفة، كما ساهمت نتائج **الدراســات السابقة(*)** التى أشارت إلى زيادة التعرض للقنوات الفضائية **بدافع الحصول على معلومات ومراقبة البيئة** إلى ضرورة البحث فى تأثير التعرض لهــذه القنوات على الجمهور المصرى من خلال التعرف على المتغيرات التى تحكم هذه العلاقة، بهدف الكشف فى نهاية المطاف عن دور القنــوات الفضــائية العربية فى **ترتيب أولويات القضايا لدى الرأي العام عينة الدراسة** من خلال دراسة المعالجة الإخبارية فى هذه القنوات بأنواعها العامــة والمتخصصــة للقضايا المصرية والعربية والدولية ومقارنتها بنتائج الدراسة الميدانية علــى الجمهور لمعرفة تأثير هذا الخطاب الإعلامى عليه، وفى ضوء ذلك **تتحــدد المشكلة البحثية فى التعرف على درجة الاهتمام التــى تمنحهــا القنــوات الفضائية العربية من خلال نشراتها الأخباريــة لــبعض القضــايا ســواء المصرية أو العربية أو الدولية، إضافة إلى دراسة مدى تأثير ترتيب أجندة هذه القنوات لتلك القضايا فى ترتيب أجندة الرأي العام عينة الدراسة لهــذه القضايا.**

وتسعى الدراسة أيضاً إلى معرفة مدى تأثير **المتغيرات الوسيطة** فى تدعيم هذه العلاقة التبادلية أو إضعافها، بالإضافة إلى التركيز على دراسة القضايا المثارة فى التغطية الإخبارية فى القنوات الفضائية وكيفية معالجة وسائل الإعلام لها وتخطى الإهتمام بمعرفة حجمها فقط، حيث يرتبط ذلك بتشكيل معارف الرأي العام عينة الدراسة وإتجاهاته نحو هذه القضايا وهو ما تسعى إليه هذه الدراسة[٢٦].

ب/ أهمية مشكلة الدراسة:

ترجع أهمية مشكلة الدراسة بشكل او بآخر إلى أسباب إختيار هذه المشكلة وهما سببان رئيسيان كالآتي:

إن إختيار مجال مفضل بالنسبة للباحث يعد عاملاً هاماً لنجاحه، لأنه سيستمر فى دراسته سنوات طويلة، ولو لم يكن الموضوع مفضلاً بالنسبة له سيفقد حماسه لدراسته بعد فترة وهو سبب دفع المؤلفة لاختيار هذه المشكلة البحثية، بالإضافة إلى ان سبب الإختيار الثاني يرجع إلى وجود نقص في هذا المجال مما يدفع إلى معرفة بعض النتائج حول هذا الموضوع المثار وبالتالى يجب على الباحث دراسته[٢٧].

وتنبع أهمية مشكلة الدراسة من إهتمام الباحث بها وإقتناعه بجدوى دراستها من ناحية، وأهمية الموضوع على المستوى المحلى أو القومى أو الدولى من ناحية أخرى، وقد توافرت فى هذا الموضوع تلك **المواصفات** حيث أن موضوع " **دور نشرات الأخبار التي تقدمها القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات الرأي العام عينة الدراسة نحو القضايا المصرية والعربية والدولية** " يُعد من الموضوعات المطروحة بقوة على الساحة الإعلامية سواء المصرية أو العربية أو الدولية فى السنوات الأخيرة، **وذلك لعدة أسباب منها:**

- شهدت **صناعة الأخبار** تطوراً فى الآونة الأخيرة يستحق الدراسة، حيث أن تطورات الأحداث أصبحت **تُنقل لحظة بلحظة** من مراكز الأحداث إلى الجمهور، بالإضافة إلى **تزايد أعداد** القنوات الفضائية العربية العامة التى تقدم خدمة إخبارية ضمن برامجها من ناحية والقنوات الفضائية الإخبارية المتخصصة من ناحية أخرى، وهو وضع له تَبعات وتأثيرات مختلفة على أجندة السياسة وأجندة الرأي العام عينة الدراسة.
- **تركزت** دراسات الأجندة فى الموضوعات الإخبارية على **دراسة الرأي العام النوعي** – وخاصة الشباب بكثافة– لفترة طويلة، ولهذا تركز هذه الدراسة على دورها فى ترتيب أولويات الرأي العام عينة الدراسة نحو القضايا المصرية والعربية والدولية.
- وجود مفارقة تتمثل فى أنه على الرغم من ظهور قنوات فضائية تقدم إرسالها على مدار الساعة، إلا إنه مازال هناك صعوبة فى **نقل كافة**

الأحداث التى تقع خلال اليوم الواحد، وبالتالى تقوم هذه القنوات بإختيار بعض الأحداث، وهى بذلك تكون من العوامل التى تُشَكل أجندة الرأي العام عينة الدراسة.

- التعرف على أهم الأحداث التى تختارها القنوات الفضائية، وهل الأحداث التى تقوم بإختيارها هى نقلاً حقيقياً لما يحدث فى العالم، أم أن هناك شُبهة تحيز فى هذا الإختيار نتيجة دوافع سياسية أو ثقافية أو أيديولوجية معينة.
- التطور المتلاحق فى مجال **صناعة الخبر** سواء من حيث الكم أو الكيف، وتأثير ذلك فى جذب الجمهور بمختلف فئاته لهذا المضمون الإعلامى الجاد، والحاجة الماسة إلى تحليل مضمون هذه المضامين الإخبارية **وذلك لعدة أسباب منها:** حداثة ظاهرة القنوات الإخبارية المتخصصة، وقلة الدراسات التى تناولت تحليل مضمون المادة الإخبارية بها؛ وبذلك تقدم نتائج هذه الدراسة **مؤشراً** لهذه القنوات يساعدها فى تطوير سياستها الإخبارية من خلال القائمين بالاتصال بها.
- أهمية دراسة **جمهور القنوات الفضائية** فى ظل المنافسة بين القنوات الفضائية بعضها البعض من ناحية وبين قنوات التلفزيون المصرى من ناحية أخرى، فى محاولة للوصول من خلال هذه الدراسة إلى مقترحات تُساهم فى تطوير الأداء فى المجال الإخبارى سواء على مستوى القنوات الأرضية أو الفضائية المصرية أو القنوات الفضائية العربية، وبذلك يمكن ان تكون نتائج هذه الدراسة **بداية** لتحديد إتجاهات جديدة لخدمة إخبارية قادرة على تلبية إحتياجات المشاهد سواء على مستوى الإعلام المصرى أو العربى فى ظل هجمة شرسة من القنوات الفضائية الموجهه باللغة العربية من قبل بعض الدول الأجنبية منها: الولايات المتحدة وإسرائيل اللتان ترصدان ميزانيات ضخمة لإستقطاب الرأى العام العربى(*).
- تُعد هذه الدراسة الأولى من نوعها – حسب حدود معرفة المؤلفة – التى تدرس **ترتيب أولويات الرأي العام عينة الدراسة للقضايا المصرية والعربية والدولية مجتمعة**، وتقارن هذا الترتيب مع ترتيب أجندة **قناة فضائية عربية عامة (MBC) وقناة فضائية عربية متخصصة (الجزيرة)، حيث أشارت الدراسة الإستطلاعية**(*) التي أجرتها المؤلفة إلى الإقبال المتزايد على متابعتهما من قبل الرأي العام عينة الدراسة.

ثانياً: أهداف الدراسة:

يُعد تحديد أهداف الدراسة من الخطوات الأساسية فى سبيل الوصول إلى نتائج علمية، ويتمثل تحديد هدف الدراسة فى عبارة أو تساؤل بحثى رئيسى يُطرح وتنبثق منه عدة تساؤلات فرعية، وتساعد عملية التحديد الدقيق

لأهداف الدراسة فى وضع **التساؤلات** وتصميم صحيفة الإستقصاء كمرحلة لاحقة، وإن كان هناك قصوراً فى تحديد أهداف الدراسة بدقة تخرج أدوات الدراسة مشوشة وغير مكتملة الجوانب(٢٨).

ومن الجدير بالذكر، **أن هناك عدة أهداف تقف وراء إختيار مشكلات الدراسة المختلفة ومنها**(٢٩):

- تحديد نقاط القوة والضعف لنظرية أو مفهوم معين.
- وصف عملية اتصالية معينة.
- تحديد أثر الاختلاف الثقافى على بيئات وظواهر الاتصال المختلفة.
- توفير قدر أكبر من المعلومات حول ظاهرة معينة بهدف فهمها بشكل أكبر، **ويعد هذا الهدف الأنسب لموضوع هذه الدراسة.**

(أ) تسعى الدراسة التحليلية لتحقيق عدة أهداف منها(*):

١- التعرف على **الوزن النسبى** للأخبار المقدمة حول القضايا المصرية والعربية والدولية فى القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة، وتحديداً الفروق فى المعالجة الإخبارية بين القناتين عينة الدراسة MBC والجزيرة، ومحاولة تفسير أسبابه، ويتم فى ذلك الإطار رصد الكيفية التى عالج بها الخطاب الإعلامى العربى القضايا العربية الهامة مثل قضيتى فلسطين والعراق على سبيل المثال.

٢- التعرف على ملامح الخطاب الإعلامى السياسى فى القناتين عينة الدراسة تجاه القضايا المصرية والعربية والدولية.

٣- التعرف على درجات التشابه والاختلاف بين القناتين عينة الدراسة فى تناولهم الإخبارى لأهم القضايا.

٤- قياس درجة الإرتباط والتوافق بين كل من أجندة القناتين عينة الدراسة من جهه وأجندة الرأي العام عينة الدراسة نحو القضايا المصرية والعربية والدولية من جهه أخرى.

٥- التعرف على وسائل الجذب المستخدمة – سواء فيما يتعلق بالشكل أو المضمون – فى نشرات الأخبار فى القناتين عينة الدراسة.

٦- التعرف على الدول والقضايا التى يتم التركيز عليها إعلامياً فى نشرات الاخبار بالقناتين عينة الدراسة من ناحية، والتى تقع فى بؤرة إهتمام الرأي العام عينة الدراسة من ناحية أخرى.

(*) أوردت المؤلفة نتائج اختبار الفروض لهذه الدراسة التحليلية في المرجع الآتي:

- نهى عاطف العبد. ***صناعة الأخبار التليفزيونية في عصر البث الفضائي.***(القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٧).

٧- التعرف على مدى إستخدام " **القيم الإخبارية الغربية** " فى تحرير نشرات الأخبار بالقناتين عينة الدراسة، حيث انه من الملاحظ إنتشار النموذج الغربى فى الأخبار الذى يطرح نفسه بقوة على الساحة الإعلامية العالمية، بهدف معرفة مدى تغلغل هذا النموذج فى القنوات الفضائية العربية وذلك بهدف التعرف على مدى تأثير إنتشار القنوات الفضائية وتلاشى الحدود الوطنية كأحد نتائج العولمة على الخدمة الإخبارية.

٨- التعرف على بعض المتغيرات الوسيطة التى تؤثر فى زيادة وتدعيم العلاقة بين كل من أجندتى القنوات الفضائية العربية والرأي العام عينة الدراسة أو إضعافها.

ب - وتسعى الدراسة الميدانية لتحقيق عدة أهداف منها :

١- التعرف على درجة تعرض الرأي العام عينة الدراسة للمصادر الإخبارية المختلفة.

٢- التعرف على أبعاد علاقة الرأي العام عينة الدراسة بنشرات الأخبار فى القناتين عينة الدراسة.

٣- التعرف على القنوات الفضائية التى يفضل الرأي العام عينة الدراسة التعرض من خلال نشراتها لكل من القضايا المصرية والعربية والدولية.

٤- التعرف على أهم القضايا المصرية والعربية والدولية التى يتابعها الرأي العام عينة الدراسة فى نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة التحليلية.

٥- التعرف على دور النشرات الإخبارية بالقنوات الفضائية عينة الدراسة التحليلية فى ترتيب أولويات القضايا المصرية والعربية والدولية عند الرأي العام عينة الدراسة.

ثالثاً: الإطار النظري للدراسة: نظرية ترتيب الأولويات:

وقد إختارت المؤلفة "نظرية ترتيب الأولويات " لهذه الدراسة لأن فرضها الرئيسي يفيد الدراسة فى معرفة مدى التشابه بين أجندة النشرات الإخبارية فى القنوات الفضائية – عينة الدراسة – وأجندة الرأي العام عينة الدراسة ومعرفة العلاقة بين الأجندتين وحجمها وقوتها، مما يختبر مدى قوة القنوات الفضائية العربية فى تعريف الرأي العام عينة الدراسة بالقضايا المصرية والعربية والدولية(*).

رابعاً: فروض الدراسة وتساؤلاتها :

أ / فروض الدراسة:

تُعرف الفروض العلمية Hypothesis بأنها تحديداً مبدئياً من قبل الباحث حول توقعاته أو رؤيته الذاتية عن العلاقة بين المتغيرات الأساسية المؤثرة فى مشكلة الدراسة، وهناك تعريف أخر بأنها " قضية إحتمالية تقرر

علاقة بين متغيرات، تعطي تفسيراً مؤقتاً للظاهرة، وتُستخدم بعض المنـــاهج والأدوات الدقيقة لدراستها[٣٠].

وهناك عدة عناصر تشترك فيهـــا التعريفـــات المختلفـــة الخاصـــة بالفروض وهى:

- يعتبر الفرض تفسيراً مؤقتاً أو مبدئياً وليس تفسيراً نهائياً لمعرفـــة إتجـــاه العلاقة بين متغيرات الدراسة.
- يوضح الفرض الأدوار المختلفة والعلاقات السببية بين المتغيرات المختلفة للدراسة من خلال رؤية ذاتية للباحث[٣١].

وتستمد الفروض العلمية أهميتها من كونها عنصراً فعالاً فى إجراء البحث العلمى، وذلك للأسباب التالية:

- تؤدى الفروض إلى تحديد المشكلة تحديداً دقيقاً يُمكن الباحث من تناولها بعمق.
- تؤدى الفروض إلى توجيه علمى لعملية التحليل والتفسير المنظم للنتائج.
- تمد الباحث فى النهاية بإطار لتحديد نتائج البحث بطريقة ذات معنى، مما يؤدى إلى إمكانية الإستفادة منها بدرجة كبيرة[٣٢].

ومن الجدير بالذكر، وجود خطأ شائع يتعلق بالفروض يتمثـــل فـــى تغيير الباحث لصياغة فروض دراسته إذا أثبتت نتائج الدراسة خطأ فروضه، **ويُعد ذلك مخالفاً للأمانة العلمية** فلا يجب على الباحث ان يخشى إكتشـــاف خطأ فرضه ومخالفته لنتائج الدراسات السابقة مادامت إجراءاتـــه المنهجيـــة سليمة[٣٣]، وحتى بعد ثبات صحة الفرض، فإن النتيجة التـــى يخـــرج بهـــا الباحث تتحدد بظروف الدراسة فقط، ولايجوز ان تنســـحب إلـــى تعميمـــات ترفعها الى مستوى النظرية او القانون العلمى[٣٤].

وتنطلق فروض هذه الدراسة من فروض الإطار النظـــرى وهـــو " **نظرية ترتيـــب الأولويـــات Agenda – Setting Theory**"، والإطـــلاع النقدى على نتائج الدراسات السابقة، **حيث تمكنت المؤلفة من خـــلال هـــذين المصدرين – بالإضافة إلى الملاحظة العلمية – من تطوير هـــذه الفـــروض البحثية التى تهدف الدراسة إلى إختبارها على النحو الآتى:**

أ/١ فروض الدراسة التحليلية[*]:

- **الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل مـــن موضـــوع الخبر والقوالب الفنية المستخدمة في معالجة الأخبار.

(*) توجد نتائج هذه الفروض في المرجع الآتي:

- نهى عاطف العبد. ***صناعة الأخبار التليفزيونية في عصر البث الفضائي*** (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٧).

- **الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل مـــن موضـــوع الخبر وطرق التقديم المستخدمة في معالجة الأخبار.
- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل مـــن موضـــوع الخبر ومدى توازن التغطية في معالجة الأخبار.
- **الفرض الرابع:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المجال الجغرافـــي للخبر الوارد في قناتي الدراسة ومدى التوازن في التغطية الإخبارية.
- **الفرض الخامس:** توجد علاقة ذات دلالة إحصـــائية بـــين ورود فـــروع القضايا المصرية والعربية والدولية واتجاه الأخبار في النشـــرات عينـــة الدراسة.
- **الفرض السادس:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بـــين ورود القضـــايا المصرية والعربية والدولية مُجمعه في نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية واتجاهات الأخبار.

أ/٢ فروض الدراسة الميدانية:

- **الفرض الأول:** يوجد إرتباط إيجابى بين أجندة النشرات الإخباريـــة فـــى القنوات الفضائية العربية وأجندة الرأي العام عينة الدراسة بالنسبة للقضايا المصرية والعربية والدولية.
- **الفرض الثانى:** كلما زاد الاتصال الشخصى زاد الإرتباط الإيجابى بـــين أجندة النشرات الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية، وأجنـــدة الـــرأي العام عينة الدراسة من ناحية أخرى.
- **الفرض الثالث:** تؤثر طبيعة القضية (مجردة – ملموسة) تأثيراً إيجابيـــاً فى العلاقة بين أجندة نشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية وأجندة الرأي العام عينة الدراسة.
- **الفرض الرابع:** تؤثر المتغيرات الديموغرافية الرأي العام عينة الدراســـة (السن، النوع، والمستوى الاقتصادي الاجتماعى) فى قوة العلاقة بـــين أجندة القنوات الفضائية العربية من ناحية، وأجندة الـــرأي العـــام عينـــة الدراسة من ناحية أخرى.
- **الفرض الخامس:** تزيد قدرة القنوات الفضائية العربية فى ترتيب أولويات الرأي العام عينة الدراسة نحو القضايا التى تتســـم بـــالقرب الجغرافـــى والنفسى لديهم، مقارنة بتلك القضايا التى لاتتسم بهذا القرب.
- **الفرض السادس:** يوجد ارتباط إيجابي بين درجة اعتماد الرأي العام عينة الدراسة على القنوات الفضائية العربية، وقدر التوافق بين أجندة الوســـيلة وأجندة الرأي العام عينة الدراسة من ناحية أخرى.
- **الفرض السابع:** يوجد ارتباط إيجابي بين أجندة النشرات الإخبارية فـــي القنوات الفضائية العربية وأجندة الرأي العام عينة الدراسة بالنسبة للقضايا

التي تتسم بطابع الاستمرارية في تغطيتها إخبارياً علـــى مـــدى فتـــرات طويلة.

ب- تساؤلات الدراسة:

ب/١ تساؤلات الدراسة التحليلية:

لما كان من الممكن فى البحوث التى لم تتحدد معالمها بعـــد تحديـــداً دقيقاً – كهذه الدراسة – إستبدال خطوة فرض الفروض بطرح مجموعة من التساؤلات التى تسعى الدراسة للإجابة عليها أو الجمع بينهما(٣٥)، ونظراً لعدم وجود أيه دراسات مسحية حول " دور نشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية فى ترتيب أولويات الرأي العام عينة الدراسة نحو القضايا المصرية والعربية والدولية" –فى حدود علم المؤلفة– يمكن طرح مجموعة التساؤلات الآتية التى تسعى الدراسة إلى الإجابة عليها تحت رؤوس الموضوعات الآتية فى الدراسة التحليلية:

١ - تساؤلات حول شكل النشرة(*):

- ما **اسم** القناة الفضائية العربية المذاعة عليها النشـــرات عينـــة الدراســـة التحليلية؟
- ما **موعد** إذاعة النشرات الإخبارية عينة الدراسة التحليلية؟
- ما **نوع قارئ النشرة** فى النشرات الإخبارية عينة الدراسة التحليلية؟
- ما **موقع الأخبار** الوارده فى النشرات الإخبارية عينة الدراسة التحليلية؟
- ما **نوعية المادة الفيلمية** المصاحبة للأخبار فى النشرات الإخبارية عينة الدراسة التحليلية؟

٢- تساؤلات حول مضمون النشرة(*):

- **ما مصادر الأخبار** الواردة فى النشرات الإخبارية فى القنوات الفضـــائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟
- **ما مدى توازن** التغطية الإخبارية فى الأخبـــار الـــواردة فـــى النشـــرات الإخبارية عينة الدراسة التحليلية؟
- **ما إتجاه الأخبار** الواردة فى النشرات الإخبارية فى القنـــوات الفضـــائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟
- **ما نوع الأخبار** الواردة فى النشرات الإخبارية فـــى القنـــوات الفضـــائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟

(*) توجد نتائج هذه الدراسة في المرجع الآتي: .

- نهى عاطف العبد. ***صناعة الأخبار التليفزيونية في عصر البث الفضائي*** (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٧).

- **ما القيم الأخبارية** الواردة فى النشرات الإخبارية فى القنـوات الفضـائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟
- **ما الدول والمنظمات** الواردة فى النشرات الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟
- **ما المجال الجغرافى** لموضوعات الأخبار الواردة فى النشرات الإخباريـة فى القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟
- **ما القضايا المصرية** الواردة فى نشرات الأخبار فى القنـوات الفضـائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟
- **ما القضايا العربية** الواردة فى نشرات الأخبار فـى القنـوات الفضـائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟
- **ما القضايا الدولية** الواردة فى نشرات الأخبار فـى القنـوات الفضـائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟
- **ما نوع القضايا والأزمات والأحداث** الواردة فى نشـرات الأخبـار فـى القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟
- **ما محور إرتكاز** الأخبار الواردة فى نشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟
- **ما نسبة الأخبار** التى تصاحبها المادة الفيلمية من جملة الأخبار الواردة فى نشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟
- **ما نوعية المواد الفيلمية** المصاحبة للأخبـار الـواردة فـى النشـرات الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟
- **ما مدى الإهتمام بعنصر الجدة** فى متابعة تطورات الأخبـار الخاصـة بالقضايا المصرية والعربية والدولية فى القنوات الفضائية العربية عينـة الدراسة التحليلية؟
- **ما جنسية الشخصيات المحورية** الواردة فى نشرات الأخبار فى القنـوات الفضائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟
- **ما مدى إرتباط** الشخصية المحورية فى الخبر بالقضايا الواردة فى نشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟
- **ما مكانة الشخصية المحورية** المشاركة فى أخبار النشـرات الإخباريـة بالقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟
- **ما مدى حالية** الأخبار الواردة فى نشرات الأخبار بـالقنوات الفضـائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟
- **ما توقيت** إذاعة الأخبار الواردة فى نشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة التحليلية؟

ب/٢ تساؤلات الدراسة الميدانية :

يمكن طرح مجموعة من التساؤلات الآتية التي تسعى الدراسة إلى الإجابة عليها تحت رؤوس الموضوعات الآتية في الدراسة الميدانية:

١-تساؤلات حول أهم المصادر الإخبارية التى يعتمد الرأي العام المصري عينة الدراسة عليها فى إستقاء المعلومات حول القضايا المصرية والعربية والدولية:

- ما **المصادر** الإخبارية الرئيسية التى **تستقى** منها المعلومات حول القضايا المصرية والعربية والدولية؟
- ما **المصادر** الإخبارية **المفضلة** فى إستقاء المعلومات حول القضايا المصرية والعربية والدولية؟

٢- تساؤلات حول عادات وأنماط مشاهدة نشرات الأخبار فى القنوات الفضائية لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة:

– ما **معدلات** مشاهدة القنوات الفضائية العربية؟

– ما **معدلات** مشاهدة نشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية؟

– ما **درجة تفرغ** الرأي العام المصري عينة الدراسة أثناء مشاهدتهم نشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية؟

٣- تساؤلات حول تعرض الرأي العام المصري عينة الدراسة للخدمة الإخبارية فى التلفزيون المصرى والقنوات الفضائية العربية:

– ما مدى **مشاهدة** الرأي العام المصري عينة الدراسة لنشرات الأخبار فى التلفزيون المصرى؟

– ما مدى **تفضيل** الرأي العام المصري عينة الدراسة لمشاهدة نشرات الأخبار فى التلفزيون المصرى؟

– ما **الفروق** التى يراها الرأي العام المصري عينة الدراسة بين نشرات الأخبار فى التلفزيون المصرى والقنوات الفضائية سواء من حيث الشكل أو المضمون؟

٤- تساؤلات حول القنوات الفضائية والمضامين الإخبارية المُشَاهدة من قبل الرأي العام المصري عينة الدراسة:

- ما القنوات الفضائية **العربية** التى يتابع من خلالها الرأي العام المصري عينة الدراسة نشرات الأخبار؟
- ما القنوات الفضائية **الأجنبية** التى يتابع من خلالها الرأي العام المصري عينة الدراسة نشرات الأخبار؟
- ما **معدلات** متابعة الرأي العام المصري عينة الدراسة للنشرات الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية؟
- ما **نوعيات المواد الإخبارية** التى يحرص الرأي العام المصري عينة الدراسة على متابعتها فى القنوات الفضائية العربية؟

- ما **أنواع الأخبار** التى يحرص الرأي العام المصري عينة الدراسة على متابعتها فى القنوات الفضائية العربية؟

٥/ تساؤلات حول أهم القضايا التى يتابعها الرأي العام المصري عينة الدراسة على القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة:

- ما القضايا **المصرية** التى يتابعها الرأي العام المصري عينة الدراسة على القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة؟
- ما القضايا **العربية** التى يتابعها الرأي العام المصري عينة الدراسة على القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة؟
- ما القضايا **الدولية** التى يتابعها الرأي العام المصري عينة الدراسة على القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة؟
- ما درجة **مناقشة الرأي العام المصري** عينة الدراسة لآخرين حول القضايا المصرية أو العربية أو الدولية التى يتابعونها من خلال القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة؟
- ما **الشخصيات** التى يتناقش معها الرأي العام المصري عينة الدراسة حول القضايا المصرية أو العربية أو الدولية الواردة فى نشرات القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة؟

٦- تساؤلات حول مميزات الخدمة الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية وسلبياتها من وجهة نظر الرأي العام المصري عينة الدراسة:

- ما **المزايا** التى تتمتع بها الخدمة الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر الرأي العام المصري عينة الدراسة؟
- ما **السلبيات** التى تعانى منها الخدمة الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر الرأي العام المصري عينة الدراسة؟
- ما **دوافع** مشاهدة الرأي العام المصري عينة الدراسة للخدمة الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية؟

٧- تساؤلات حول مدى موافقة الرأي العام المصري عينة الدراسة على إنشاء قنوات فضائية إخبارية مصرية خاصة:

- ما مدى **موافقة** الرأي العام المصري عينة الدراسة على إنشاء قنوات فضائية إخبارية مصرية خاصة؟
- ما أسباب **موافقة** الرأي العام المصري عينة الدراسة على إنشاء قنوات فضائية إخبارية مصرية خاصة؟
- ما أسباب **رفض** الرأي العام المصري عينة الدراسة على إنشاء قنوات فضائية إخبارية مصرية خاصة؟
- ما **مقترحات** الرأي العام المصري عينة الدراسة لتطوير الخدمة الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية؟

خامساً: نوع الدراسة :

هناك عدة تصنيفات لأنواع الدراسات فى مجال الإعلام، حيث يمكن تصنيفها على إنها دراسات تاريخية، دراسات وصفية، ودراسات إستكشافية، وهناك تصنيفاً آخر يقسمها إلى: دراسات إستكشافية Exploratory Research، دراسات إختبارية Testing Out Research، ودراسات المشكلة والحل Problem Solving Research.

وتُعد هذه الدراسة " **دراسة وصفية** Descriptive Research"[٣٦]، ومن الجدير بالذكر ان الدراسات الوصفية عدة أنواع فمنها: دراسات تستهدف التعرف على خصائص جماعات، أو ظاهرة معينة، أو التنبؤ بأحداث وإتجاهات معينة، أو إكتشاف العلاقة بين متغيرات، أو التعرف على نوع معين من الجمهور يتبنى إتجاهات معينة نحو شئ ما[٣٧]، **ويندرج موضوع هذه الدراسة ضمن هذا النوع من الدراسات الوصفية التى تستهدف وصف المواقف أو الظواهر أو الأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها بهدف تحديد الظاهرة أو الموقف أو الحدث تحديداً دقيقاً ورسم صورة متكاملة له تتسم بالواقعية والدقة**[٣٨]، وتتميز الدراسات الوصفية بإعتمادها على جمع البيانات من عدد كبير– نسبياً – من المفردات إذا ما تم مقارنتها بالبحوث شبه التجريبية[*].

ومن الجدير بالذكر، أن الدراسة الجيدة هى التى ترتكز على نظام تفكير حر ومفتوح Open System Of Thought، بالإضافة إلى إختبارها البيانات بوجهه نظر نقدية Examine Data Critically[٣٩].

سادساً: منهج الدراسة ومتغيراتها:

أ/ منهج الدراسة The Method:

إن المنهج هو الإستراتيجية التى يعتمد عليها الباحث لتحقيق أهداف معينة من خلال خطوات محددة ومعروفة ومختبرة مسبقاً[٤٠].

وتعتمد هذه الدراسة على "**منهج المسح**"، الذى يُعرف بأنه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم وإتجاهاتهم، ويُعَد بهذا المفهوم المنهج الرئيسى لدراسة جمهور وسائل الإعلام[٤١]، ويُعرف أيضاً بأنه جهد علمى منظم للحصول على معلومات أو أوصاف عن الظاهرة أو الظواهر محل الدراسة[٤٢]، وهو عبارة عن بيانات كمية تتعلق بمجموعة المتغيرات التى يسعى الباحث لدراستها، ويُعد منهج المسح المنهج الأكثر إستخداماً فى بحوث الإعلام، حيث يمكن إستخدامه فى تحقيق أهداف عديدة قد تكون وصفية أو تفسيرية أو إستكشافيه، وتستخدم المسوح بوجه عام فى الدراسات التى تهدف إلى دراسة الأفراد[٤٣].

وتتميز الدراسات التى تستخدم منهج المسح بأنها تعتمد على **الجمع الذكى للبيانات**، الذى يعرفنا بما لانعرفه من بيانات، ويجعلنا نفكر فى ربط

هذه المعلومات للتعرف على الحقيقة الغامضة والعلاقات المفيدة فيما بينها(٤٤).

ويتميز البحث الجيد فى هذا الإطار **بمجموعة من الخصائص الهامة منها**: الإعتماد على نمط تفكير عقلانى، التأكد من صدق المعلومات التى يتم الإعتماد عليها فى البحث، والإلتزام بالإجراءات المنهجية العلمية .

وتشمل الدراسات المسحية عدة أنواع منها: مسح الرأى العام، مسح المضمون، ومسح أساليب الممارسة الإعلامية، وهذه الدراسة سوف تستخدم كل من **مسح الجمهور بالإضافة إلى مسح المضمون** المتمثل فى نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة.

ومن الجدير بالذكر، أن الدراسات الإعلامية شهدت فى الثمانينات من القرن الماضىالطغيان الكيفى، ومع ذلك كانت المسوح ومازالت من المناهج الهامة فى دراسات الإعلام سواء فى نظريات الغرس الثقافى أو ترتيب الأولويات أو الإستخدامات والإشباعات، وبهذا فإن ظهور الدراسات الكيفية لايلغى البحوث الكمية بل يكملها(٤٥).

ويعتبر منهج المسح من أبرز المناهج المستخدمة فى مجال الدراسات الإعلامية ،كما يعتبر من أهم المناهج التى يجب الإعتماد عليها فى بحوث الاتصال خاصة المتعلقة بالقنوات الفضائية – من وجهة نظر المؤلفة – لأسباب متعددة منها:

- النقص الواضح فى البيانات والمعلومات التفصيلية الشاملة عن العوامل والمتغيرات والمكونات الأساسية للإعلام الفضائى.
- أهمية إجراء مثل هذه الدراسات بصفة دورية نظراً للتغيرات السريعة التى تحدث فى المجال الإعلامى الفضائى والتى تتطلب ضرورة تسجيلها بإستمرار.
- الحداثة النسبية للدراسات فى مجال القنوات الفضائية بصفة خاصة، والدراسات الإعلامية بصفة عامة – بالقياس مع المجالات الأخرى – مما يقتضى ضرورة التركيز فى المرحلة الحالية على الدراسات الوصفية التى تعطى تفاصيل أكثر.
- تشتت الجماهير المستهدف الوصول إليها وتنوعها، مما يقتضى ضرورة دراستها دراسة وصفية كاملة، مع الأخذ فى الإعتبار بتعدد الأهداف الإعلامية للقنوات الفضائية المراد تحقيقها باختلاف هذه القنوات من حيث المضمون أو الجمهور المستهدف.
- تأثر الإعلام بالظروف السياسية المتغيرة والمواقف الدولية مما يقتضى ضرورة التعرف المستمر على هذه السياسات والمواقف ودراسة مدى تأثيرها على الإعلام والدور الذى يجب أن تقوم به فى مواجهتها.

ب- أسلوب الدراسة: المسح بالعينة

ب/١- مسح المضمون:

يهدف إلى التعرف على خصائص التغطية الإخبارية الفضائية فى قناتي الدراسة MBC والجزيرة(*) للقضايا المصرية والعربية والدولية،

وإتجاه التغطية فى كل نوعية من هذه القضايا، بالإضافة إلى تحديد الـوزن النسبى للإهتمام بكل منها على حدة.

ويُعد تحليل المضمون من الأدوات الهامة فى الدراسات التى تـدور حول المضامين التلفزيونية، وتعتمد على تحليل الرسالة الاتصالية الموجودة بالفعل على الشاشة عن طريق إستمارة تحليل مضمون معدة سلفاً.

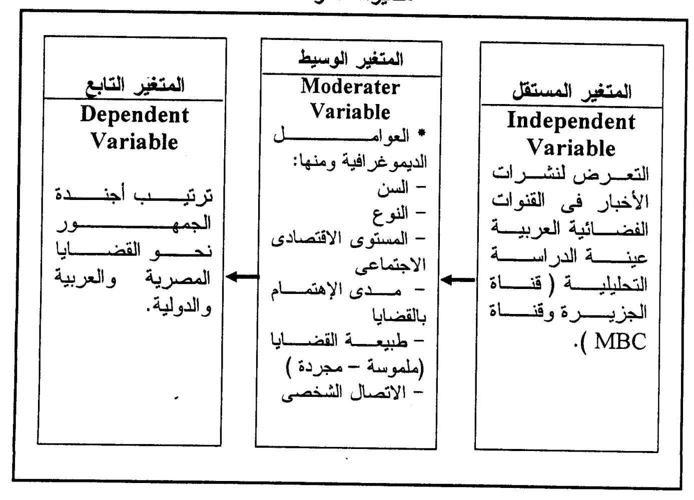
ب/ ٢- مسح الجمهور:

يهدف إلى التعرف على خصائص المبحوثين عينة الدراسة من أفراد الرأي العام عينة الدراسة الذين يشاهدون نشـرات الأخبـار فـى القنـوات الفضائية العربية، بالإضافة إلى تقييمه للخدمة الإخبارية فى القنـاتين عينـة الدراسة وهما قناة إخبارية متخصصة (الجزيرة)، وتمثل الأخرى القنـوات العامة التى تقدم خدمة إخبارية ضمن مضامينها المتنوعة (MBC) ويعتمد مسح الرأي العام عينة الدراسة على صحيفة إستقصاء بالمقابلة.

ج- متغيرات الدراسة The Variables :

يوضح الشكل التالى متغيرات الدراسة: المستقلة، الوسيطة، والتابعة كمـا يلى :

شكل رقم (١)
متغيرات الدراسة



سابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة :

مقدمة :

تعتمد الدراسة التحليلية على تكنيك تحليل المضمون، وهو إجراء كمى منظم وموضوعى لفحص مضمون المعلومات المسجلة من وسائل الإعلام كما يعرفه كيرلنجر Kerlinger[٤٦]، ويُعد أداة مكملة للإستقصاء فى دراسات ترتيب الأولويات من خلال تحليل مخرجاته من مضامين إعلامية حيث ان إجابات المبحوثين فى الإستقصاء تكون عن أشياء فعلها أو سيفعلها فى المستقبل، لذلك فإن التحقق من صدق المبحوث لايكون قاطعاً بينما تحليل المضمون يقيس أشياء موجودة بالفعل[٤٧].

ويُعد تحليل المضمون من الأدوات الرئيسية المستخدمة فى بحوث التلفزيون، لأن تطور الأداء التلفزيونى يعتمد على دراسة ماهو موجود بالفعل لتدارك عيوبه، ويُعد دراسة سيمثي Smythe, 1959 من الدراسات الرائدة فى مجال تحليل المضمون فى المجال التلفزيونى[٤٨].

ويتمتع تحليل المضمون بمجموعة من المزايا تشجع على إستخدامه :

- يعد أسلوباً منهجياً مناسباً للحصول على معلومات حول المضمون بطريقة مباشرة وسريعة، كما إن هناك نوعية من المعلومات لايصلح جمعها بأى أداه بحثية أخرى **ومنها:** معرفة القيم الإخبارية الواردة فى نشرات الأخبار التلفزيونية[٤٩].
- يعد إتجاهاً بحثياً غير مكلف، حيث أنه من السهل الحصول على المضمون الإعلامى محل التحليل، بالإضافة إلى إنه إتجاه كمى يتعامل مع الأرقام[٥٠].

ويُعد تحليل المضمون أداه بحثية تتناسب مع موضوع هذه الدراسة، حيث ان تحليل المضمون يُعد من الأدوات المستخدمة بكثرة فى دراسات ترتيب الأولويات، إذ يمثل ضرورة كخطوة أولية للتعرف على أجندة الإعلام، حتى يتسنى مقارنتها بأجندة الجمهور التى تتحدد من خلال الإستقصاء[٥١]، بالإضافة إلى أن تحليل المضمون يدرس نشرات الأخبار بشكل رئيسى من خلال تحليل **ثلاثة عناصر تخدم نظرية ترتيب الأولويات وهى :**

- حجم القصص الإخبارية المقدمة ومدى تكرارها.
- مدى ورود القصص الإخبارية فى مقدمة النشرة.
- مدى ورود أفلام مصاحبة للخبر[٥٢].

وبذلك يتناسب تحليل المضمون مع موضوع هذه الدراسة ومن الجدير بالذكر، ان تحليل المضمون يمر بعدة خطوات منهجية هى[٥٣]:

- صياغة مشكلة الدراسة.
- تحديد مجتمع الدراسة وعينتها.

- تحديد وحدات التحليل وفئاته وتعريفها إجرائياً.
- تسجيل المادة التى سيتم تحليلها.
- تأسيس نظام حساب كمى.
- تطبيق اختبار الثبات.
- ترميز المضمون بناء على التعريفات الإجرائية.
- تحليل البيانات التى تم جمعها.
- إستخلاص النتائج والبحث عن مؤشرات فيها.

- **وحدد هولستى Holsti عدة شروط لنجاح عملية تحليل المضمون هى:**

- **الموضوعية:** وتعنى وجود قواعد محددة وواضحة تحكم كل خطوات البحث، بما فى ذلك تصنيف المضمون على الفئات المختلفة والوصول إلى النتائج.
- **الإتساق:** ويعنى تطبيق القواعد الثابتة التى تحكم عملية التحليل بشكل منتظم لايتغير طبقاً لطبيعة المضمون أو لكونه يختلف أو يتفق مع أراء الباحث.
- **الإطار النظرى:** يجب ان يتم التحليل فى ضوء اطار نظرى معين – كنظرية ترتيب الأولويات فى هذه الدراسة–، مما يمكن معه تعميم النتائج فى ضوء النماذج والنظريات العلمية المعروفة، حيث يقوم تحليل المضمون بالدرجة الأولى بالمقارنة إنطلاقاً من إطار نظرى معروف(٥٤).

وقد راعت المؤلفة فى هذه الدراسة ماسبق ذكره من شروط تتعلق بتحليل المضمون التلفزيونى، بالإضافة إلى مراعاة **شروط إجرائية هامة متعلقة بتحليل المواد الإذاعية والتلفزيونية منها:** توافر أجهزة تسجيل ذات كفاءة مرتفعة، أشرطة ذات كفاءة مرتفعة، وساعة إيقاف(٥٥).

أ- الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية:

أ/١- مجتمع الدراسة التحليلية :

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية فى **جميع نشرات الأخبار** المذاعة فى القنوات الفضائية العربية.

أ/٢- عينة الدراسة التحليلية:

توجد **طريقتان**(٥٦) لتسجيل العينة التحليلية أما أن يقوم الباحث بالرجوع إلى أرشيف القناه التلفزيونية وإعادة مشاهدة النشرات هناك، أو أن يقوم الباحث بتسجيلها بنفسه – هو ما قامت به المؤلفة–، وهناك أكثر من أسلوب لتحليل مضمون وسائل الإعلام، إما من خلال **المسح الشامل** للمضمون المقدم خلال فترة زمنية معينة، أو سحب عينة بأسلوب **الأسبوع الصناعى**،أو سحب **عينة الخمسة أيام**-Five Days Periods (Monday-

(Friday) التى تحلل المضمون المقدم من يوم الإثنين إلى الجمعة فقط من كل أسبوع[٥٧].

وأعتمدت المؤلفة فى هذه الدراسة على تحليل نشرات الأخبار الواردة فى قناتى: MBC والجزيرة، وتم التسجيل على مدى **شهرين كاملين** هما: يونيو ويوليو عام ٢٠٠٥، حيث تم تسجيل نشرة الساعة الحادية عشر مساءاً بتوقيت القاهرة من **قناة الجزيرة**، بإعتبارها النشرة الرئيسية، وهى "**حصاد اليوم الإخباري**"، وتم تسجيل نشرة **الساعة التاسعة** بتوقيت القاهرة من **قناة MBC** وهى النشرة الرئيسية أيضاً بإعتبارها "**نشرة المساء**".

ويرجع إختيار **هاتين النشرتين**، لأن بهما أخباراً تجميعية لكل أحداث اليوم **وهو إتجاه عالمى فى بحوث الإعلام حيث يتم تحليل النشرة التى تأتى فى نهاية اليوم الإخبارى، لأنها تحوى جميع الأخبار الهامة، ويطلق عليها عادةً "حصاد اليوم الإخبارى"**[٥٨].

ويرجع إختيار قناتى MBC والجزيرة لحصولهما على أعلى معدلات مشاهدة طبقاً لنتائج الدراسة الإستطلاعية Pilot Study التى أجرتها المؤلفة فى الفترة: من ٢٠ ابريل وحتى ١٠ مايو عام ٢٠٠٥ على عينة قوامها ٦٠ مفردة، تتشابه فى خصائصها مع العينة الأصلية، حيث انها موزعة بالتساوى على متغيرى: النوع (٣٠ مفردة من الذكور و٣٠ مفردة من الإناث)، والمستوى الاقتصادى الاجتماعى (٢٠ مفردة من حى مرتفع المستوى، و٢٠ مفردة من حى متوسط المستوى، و٢٠ مفردة من حى منخفض المستوى)، **وتضمنت صحيفة الدراسة الإستطلاعية ثلاثة أسئلة هى :**

س١- هل تشاهد نشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية؟

أ- دائماً ب- أحياناً ج - لا (يستبعد من الدراسة)

س٢- ماهى القنوات الفضائية العربية التى تتابع من خلالها النشرات الإخبارية؟

س٣- ماهى القنوات الفضائية العربية الثلاث المفضلة بالنسبة لك والتى تحرص على متابعة النشرات الإخبارية من خلالها؟

وتوصلت هذه الدراسة الإستطلاعية إلى أن أكثر القنوات الفضائية التى يفضل المبحوثون عينة الدراسة متابعة نشرات الأخبار من خلالها هى -بالترتيب-: الجزيرة، MBC، ولهذا تم إختيارهما بإعتبارهما القنوات الأكثر مشاهدة لدى عينة الجمهور.

أ/٣ - وحدات التحليل:

إن وحدة التحليل هى أصغر عنصر فى تحليل المضمون، لكنها تُعد أكثر العناصر أهمية[٥٩]، ويختلف مدى الوحدة فى بحوث الأخبار الإذاعية

والتلفزيونية من حيث الحجم والتعقيد بداية من الكلمة الواحدة وإنتهاءً بالخبر، ويؤثر إختيار وحدة التحليل فى ثبات النتائج وصدقها، فكلما كانت وحدة التحليل واضحة كلما زاد ذلك من دقة الترميز وثبات نتائج الدراسة[٦٠]، ووحدة التحليل فى هذه الدراسة هى "**الخبر**" حيث يتم حساب التكرارات العددية للأخبار، وكذلك **وحدة الدقيقة** لقياس زمن الخبر.

أ/ ٤ – فئات التحليل:

يعتمد بناء فئات التحليل بشكل كبيرعلى أهداف البحث وفروضه، ولابد أن تكون الفئات شاملة ومانعة، وألا تكون الفئات واسعة بحيث لاتكون نتائج التحليل غير ذات مغزى، ولا تكون الفئات ضيقة حتى لاتؤدى إلى تفتت النتائج، والنقطة الأساسية هنا هى ضرورة أن يعى الباحث الخيط الدقيق بين الإفراط فى تصنيف الفئات أو التحديد الشديد لعدد الفئات لأنه فى الحالتين سوف تكون النتائج مضللة وغير ذات جدوى[٦١].

ويوجد نوعان من الفئات هما: فئات الشكل وفئات المضمون، ويتم توظيفهما فى هذه الدراسة كما يلى :

أ/٤/١: بعض الفئات الخاصة بالشكل:

١- فئة تاريخ إذاعة النشرات الإخبارية.

٢- فئة الزمن المخصص لكل خبر.

٣- فئة زمن النشرة.

٤- فئة ترتيب الخبر فى مقدمة النشرة أو وسطها أو فى الخاتمة.

٥- فئة إستخدام عناصر الإبراز.

٦- فئة أسلوب تقديم النشرة.

٧- فئة أسلوب تقديم المواد المرئية المصورة.

أ/٤/٢: بعض الفئات الخاصة بالمضمون:

١- **فئة نوع الموضوع:** سياسى، اقتصادى، عسكرى، أمنى، اجتماعى، علمى، ثقافى، ورياضى.

٢- **فئة محور الإرتكاز فى الخبر:** شخصية، حدث، والإثنان معاً.

٣- **فئة السمات البارزة للشخصيات المحورية.**

٤- **فئة المجال الجغرافى للخبر:** محلى، قومى، ودولى.

أ/٥ إجراءات الصدق والثبات للدراسة التحليلية:

أ/٥/١ صدق التحليل VALIDITY:

يعنى صدق التحليل قدرة الأداه على قياس المتغيرات التى يفترض ان تقوم بقياسها، وللتأكد من تحقق ذلك تم عرض الإستمارة على مجموعة من المحكمين وعددهم (١٨ محكماً) يتوزعون ما بين: خبراء فى مجال

مناهج البحث، خبراء في مجال الأخبار، وممارسين للعمل الإعلامي في مجال الأخبار[٦٢].

وقد أسفر التحكيم لاستمارة تحليل المضمون عن حذف فئة عناصر الخبر الواردة في مقدمة النشرة، وحذف بعض الفئات الفرعية مثل: أخبار إعلامية، وأخبار بروتوكولية من فئة نوع الخبر، وحذف فئات فرعية هي الآتية، الأمن السياسي، والجدية المنبثقة من فئة القيم الإخبارية، وحذف فئتي: تمكين المرأة، تطوير التعليم من فئة القضايا المصرية الواردة في الأخبار عينة الدراسة، وحذف فئة أزمة الصحراء الغربية من القضايا العربية، وحذف فئات: طرائف العلم، الاحتفال بالمناسبات العالمية، والصراعات الأوروبية وقضايا الانفصال من القضايا الدولية.

كما تم إضافة كل من الفئات الفرعية الآتية: إيران، دول أسيوية، وسوريا ضمن فئة الدول والمنظمات الواردة في الخبر.

أ/٢/٥ ثبات التحليل Reliability :

يعنى ثبات التحليل إنه كلما تكرر تطبيق الأداه على نفس وحدات التحليل ونفس المضمون سوف نصل إلى نفس النتائج بغض النظر عن الباحث الذى يقوم بتطبيق الأداة، وتم إجراء إختبار ثبات التحليل بالإشتراك مع إثنتين من الباحثات على عينة قدرها (٥%) من مجتمع الدراسة بواقع (٦) نشرات بمجموع ١١٦ خبر، وبلغ قيمة معامل الثبات (٠,٩٤) وذلك لتحديد نسبة ثبات إستمارة تحليل المضمون، حيث شرحت المؤلفة الإستمارات والفئات الخاصة بها لهن وتم تزويدهن بنسخ من إستمارات التحليل والتعريفات الإجرائية، وهي نسبة مناسبة حيث تعد نسبة (٩٠%) نسبة مقبولة فى مقارنة الفئات المتشابهه لإستخراج قيمة ثبات التحليل[٦٣]، على النحو الآتى:

- بلغت عينة الثبات ٦ نشرات إخبارية من قناتى الدراسة بمجموع ١١٦ خبراً.
- وبلغ عدد حالات الترميز[٦٤] لكل خبر = ١٧٠.
- وبلغ عدد الحالات التى رمزها كل مرمز = ١١٦ × ١٧٠ = ١٩٧٢٠ حالة.
- وتم حساب معادلة هولستى[٦٥]، كما يلى :

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{٢ (ت)}}{\text{ن١} + \text{ن٢}}$$

حيث أن ت = عدد حالات الإتفاق بين المرمزين

ن١ = عدد الحالات التى رمزها المرمز الأول

ن٢ = عدد الحالات التى رمزها المرمز الثانى

وطبقاً لهذه المعادلة قيم الثبات كما يلي:

- ثبات المؤلفة مع نفسها = (١٩٣٦٠ × ٢) / (١٩٧٢٠ + ١٩٧٢٠) = ٠,٩٨
- ثبات أ مع ب = (١٧٩٤٥ × ٢) / (١٩٧٢٠ + ١٩٧٢٠) = ٠,٩١
- ثبات أ مع ج = (١٩١٨٠ × ٢) / (١٩٧٢٠ + ١٩٧٢٠) = ٠,٩٧
- ثبات ب مع ج = (١٨٦٩٠ × ٢) / (١٩٧٢٠ + ١٩٧٢٠) = ٠,٩٥

وبحساب قيمة الوسيط بين القـيم الـثلاث (٠,٩١ + ٠,٩٥ + ٠,٩٧) يكون معامل الثبات (٠,٩٤).

ب - الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

ب/١ مجتمع الدراسة

يُعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموع المفردات التى يستهدف الباحـث دراستها لتحقيق أهداف الدراسة، وهو يمثل الجمهور المسـتهدف Target Population الذى يهدف الباحث لدراسته وتعميم نتائج الدراسة على كـل مفرداته[٦٦]، إلا إنه يصعب الوصول إليه لضخامته، ولهذا يتم التركيز علـى المجتمع المتاح Accessible Population الذى يمكن الوصول إليه ويـتم إختيار العينة منه[٦٧].

ويتمثل **مجتمع هذه الدراسة** فى المصريين الذين يتعرضون لنشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية، وتم سحب العينة من **محافظتى القاهرة والجيزة**، حيث إنهما فى المقدمة بين محافظات الجمهورية من حيث الكثافة السكانية التى تمتلك أجهزة إستقبال القنوات الفضائية، كمـا إنهمـا يضـمان الشرائح المختلفة للرأي العام، كذلك تتفـاوت أحياؤهمـا فـى المسـتويات الاقتصادية الاجتماعية بما يسـمح بتمثيـل هـذه الخصـائص فـى عينـة الدراسة[٦٨].

ب/٢ - عينة الدراسة الميدانية: نوعها وحجمها وأسلوب سحبها :

ب/٢/١ - نوع العينة :

إن عملية المعاينة Sampling هى إختيار عدد محدود من المفردات فى المجتمع، بأسلوب يجعل الجزء يمثل الكل[٦٩]، وذلـك نتيجـة لضـخامة مجتمع الدراسة وتشتت مفرداته من ناحية أو تجانسها فى الخصـائص مـن ناحية أخرى.

ولقد بدأ إستخدام السينات فى البحوث الإعلامية لتحقيق عدة أهـداف أهمها تقليل حجم النفقات والوقت والجهد، والوصول إلى نتائج مقاربة للنتائج التى يمكن الوصول إليها إذا ماطبقت الدراسة على المجتمع الأصلى(٧٠).

وتوجد أربعة عوامل يجب أخذها فى الإعتبار عند إختيار نوع عينة الدراسة وهى:

- **الهدف من الدراسة Purpose of the Study** : يكون هدف الدراسة إما تعميم نتائجها على المجتمع الكلى، ويتطلب ذلك الهدف إختيار عينات إحتمالية، أو يكون هدف الدراسة إكتشاف ظاهرة ما أو رصد المؤشرات العامة وهذا الهدف يكتفى فيه بإختيار عينات غير إحتمالية.
- **التكلفة مقابل القيمة Cost Versus Value** : القاعدة الأساسية فـى إجراء البحوث هى تحقيق أعلى فائدة لأقل تكلفة، لهذا فإذا كـان المبلـغ المتاح لإجراء الدراسة محدوداً تكون العينات غير الإحتمالية أنسب مـن العينات الإحتمالية لأنها أقل تكلفة.
- **الزمن المتاح لإجراء الدراسة Time Constraints**: إذا كان الزمن المتاح لإجراء الدراسة طويلاً يتم إختيار العينات الإحتمالية لأنها تتطلب وقتاً أطول، وإذا كان الزمن المتـاح محـدوداً تختـار العينـات غيـر الإحتمالية.
- **حـجم الخـطأ المقبول Amount of Acceptable Error**: حيـث يكون فى الدراسات القبلية Pre-Test حجم الخطأ المقبول كبيرا، بينمـا فى التطبيق النهائى يكون حجم الخطأ المقبول صغيرا(٧١).

وفى ضوء المعايير السابقة تم إختيار عينة هذه الدراسة من العينات غير الإحتمالية Non- Probability Sample، التى يزداد إستخدامها عندما نريد الوصول لجمهور له خصائص معينة(٧٢)، **وبذلك يُمكن تجاوز مخـاطر عدم الحصول على معدلات إستجابة مناسبة**(٧٣)، وتم **إختيار العينة العمديـة** Purposive Sample تحديداً، وهى عينة غير إحتمالية لاتمثـل المجتمـع الكلى، لكنها توفر كمية كبيرة من المعلومات التى تعطى للدراسـة بعـداً أو عمقاً، تعطى مؤشرات حول علاقة بعض شرائح المجتمع بوسائل الإعـلام محل الدراسة(٧٤)، ويعرفها ويمر وروجر Wimmer & Roger بأنها عينة تضم مفردات تم إختيارها بعناية نظراً لتوافر خصائص معينة بها، وتستخدم هذه العينة على نطاق واسع فى دراسات الجمهور حول القنـوات الفضـائية وشبكة الإنترنت(٧٥).

ولاتلتزم العينة العمدية بمبدأ " **تكافؤ الفرص** " فـى السـماح لكـل مفردات المجتمع بالظهور بشكل متساو فى العينة(٧٦)، فإحتمالات ظهور كل مفردات المجتمع فى العينة غير معروفة وغير متساوية، حيث تكون الفرصة لبعض العناصر فى المجتمع "**ضعيفة**"، وذلك لأن مواصفاتهم غيـر ملائمـة

لمتغيرات الدراسة، وفى بعض الأحيان يتم الجمع بين العينـات الإحتماليـة والعمدية فيتم تغير الأماكن التى سيتم سحب العينة منها بشكل عمدى نتيجـة توافر مفردات في هذه الأماكن بها خصائص ملائمة لمتغيرات الدراسة، وفى داخل هذه الأماكن يتم إختيار المفردات بشكل عشوائى(٧٧).

ب/٢/٢- حجم العينة :

توجد عدة عوامل تحدد حجم العينة منها: طبيعة المجتمع المدروس، أسلوب الدراسة، مدى الدقة المطلوبة فى النتائج، مدى توافر المعلومات عن أفراد المجتمع، مدى التباين بين أفراد هذا المجتمع، ومـدى تـوافر إطـار صحيح لسحب العينة(٧٨).

ويضيف جيرالد هونفلى وروجر جويـل Hoinville, Gerald & Jowell, Roger بعض العوامل الأخرى التى تحدد حجم العينة المطلوبـة **منها:** عدد المتغيرات المطلوب قياسها، وحجم المجتمع الأصلى(٧٩).

وهناك قاعدة إحصائية مفادها إنه **كلما زاد حجم العينة كلما قل الخطأ فى العينة**، وبالتالى يحتاج تصميم العينة إلى الموازنة بين الجوانب النظريـة والتطبيقية، وبين ماهو اقتصادى وواقعى وما هو مطلوب نظرياً(٨٠).

وتطبق هذه الدراسة على **عينة عمدية قوامهـا ٤٢٠ مفـردة مـن الرأي العام عينة الدراسة الذين يمتلكون أجهزة إستقبال القنوات الفضـائية ويشاهدون هذه القنوات**، وذلك لضمان دقة إجاباتهم على جميع الأسئلة نتيجة إستمرارية تعرضهم للقنوات الفضائية وموزعة **بالتسـاوى** علـى أسـاس متغيري النوع والمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

ولجأت المؤلفة إلى **هذا الحجم للعينة** بحيث يزيـد عـن ٤٠٠ مفردة تطبيقاً للمعادلة الإحصائية التى تشترط إذا زاد مجتمع الدراسة عن عشرة الألاف مفردة، ألا تقل العينة عن ٣٨٤(*) مفردة للتعميم بمسـتوى ثقة (٩٥%) فى حدود المجتمع الذى سُحبت منه العينة(٨١)، **حيث تستحوذ القاهرة والجيزة على (٤٣,٣%) من إجمالى عـدد هوائيـات اسـتقبال القنوات الفضائية ، ولذلك إعتمدت المؤلفة فـى هـذه الدراسـة علـى المعادلة الإحصائية المعروفة في بحوث الإعلام والرأي العام.**

ب/٢/٣- خطوات سحب العينة:

سحبت المؤلفة العينة من ثلاثة أحياء من محافظتي القاهرة والجيـزة تمثل المستويات الاقتصادية الاجتماعية الثلاث وهى:

- **المستوى المرتفع** Upper Class ويمثله "حى مصـر الجديـدة وحـى المهندسين".
- **المستوى المتوسط** Middle Class ويمثله "حى حدائق القبـة وحـى الهرم".
- **المستوى المنخفض** Working Class ويمثله " حى شبرا وحى إمبابة".

وإسترشدت المؤلفة فى سحبها للأحياء الممثلة للمستويات الاقتصادية الاجتماعية بتصنيف الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء من ناحية والبحوث السابقة التى أجريت فى محافظتى القاهرة والجيزة من ناحية أخرى(٨٢)، وحتى يتم توزيع العينة بأسلوب التوزيع المتساوى رأت المؤلفة رفع حجم العينة من (٣٨٤ مفردة إلى ٤٢٠ مفردة) **لتسهيل توزيع العينة بالتساوى طبقاً لثلاثة متغيرات: النوع** (ذكور، إناث)، **السن** (٢٠، ٣٥، ٥٠ سنة)، **المستوى الاقتصادى الاجتماعى** (مرتفع، متوسط، ومنخفض)، **والمستوى التعليمى** (متوسط، جامعى، ودراسات عليا)، حيث أن خانات التوزيع (١٢ عينة فرعية × ٣٠ مفردة = ٣٦٠) تكون أقل من الحد الأدنى ٣٨٤ مفردة، مما دفع المؤلفة إلى رفع كل عينة فرعية إلى (١٢ عينة فرعية × ٣٥ مفردة = ٤٢٠ مفردة).

وأخذت المؤلفة **بأسلوب التوزيع المتساوى** لما يمكن ان يؤدى إليه التوزيع المتناسب من قلة عدد المفردات فى كل عينة فرعية خاصة من مشاهدى النشرات فى قنوات الدراسة فى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المنخفض بشكل أكبر من المستويين المرتفع والمتوسط من ناحية ولأن بحوثاً أخرى(٨٣) إعتمدت هذا الأسلوب من أجل تمثيل مجتمع البحث، وفى ضوء الإعتبارات السابقة تم سحب عينة الدراسة التى يوضحها الجدول التالى:

جدول رقم (١)

توزيع الرأي العام عينة الدراسة على المتغيرات المختلفة

المستوى الاقتصادى الاجتماعي / النوع	المستوى المرتفع	المستوى المتوسط	المستوى المنخفض	المجموع
الذكور	٧٠	٧٠	٧٠	٢١٠
الإناث	٧٠	٧٠	٧٠	٢١٠
المجموع	١٤٠	١٤٠	١٤٠	٤٢٠

ويرجع كبر حجم العينة عن القاعدة الإحصائية المتعارف عليها – وهى إذا كان مجتمع الدراسة يزيد عن عشرة آلاف مفردة فإن حجم العينة يكون ٣٨٤ مفردة – إلى ان **الدراسة تضم العديد من المتغيرات ومنها:** متغير النوع، متغير المستوى الاقتصادى الاجتماعى، متغير المستوى التعليمى، ومتغير السن، ولهذا إستخدمت المؤلفة هذه العينة، لأن دراسة المتغيرات المتعددة Multi – Variable تتطلب عينة أكبر من دراسات المتغير الواحد Une – Variable، حيث تشمل تحليل بيانات لإستجابات متعددة بمعنى إستخدام مقاييس متعددة لنفس المفردة، بالإضافة إلى ان المؤلفة إعتمدت على هذا الحجم تحسباً لحالات عدم الإستجابة وهو ما يسمى **تآكل العينة** بنسبة ١٠% من العينة(٨٤).

ولايُعد تنوع المتغيرات الإعتبار الوحيد الذى توقف عليه تحديد حجم العينة فى هذه الدراسة فهناك **عدة إعتبارات أخرى منها**: عدم تجانس مفردات مجتمع الدراسة فى الخصائص والسمات، التوزيع الجغرافى للمفردات وتشتتها(٨٥)، حيث إنها موزعة على **ستة أحياء هى**: مصر الجديدة والمهندسين، حدائق القبة والهرم، وشبرا وإمبابة، مما يستلزم سحب عينة أكبر، بالإضافة إلى عدم توافر إطار للدراسة يوفر معلومات عن مفردات العينة من مالكى أجهزة إستقبال القنوات الفضائية من الجمهور المصرى العام، وبالتالى كان يتم إختيار عدد مفردات أكثر كإحتياطى تحسباً لحالات عدم التعاون مع المؤلفة التى تعرف علمياً بحالات عدم الإستجابة – Non Response، إذ **يُعد** الأشخاص الذين يرفضون من البداية إجراء الاستقصاء معهم هم المكون الرئيسى "لمعدلات عدم الإستجابة"، **حيث تتأثر درجات الرفض بعدة عوامل هامة منها:**

- مدى إعتقاد المبحوث فى أهمية الموضوع.
- المهارات الاتصالية التى يتمتع بها الباحث، التي تعد من العوامل المؤثرة فى تشجيع المبحوث على المشاركة.
- مدى تعلق موضوع البحث بشئ ستكون له فائدة ملموسة ومباشرة على حياة المبحوث نفسه مثل تحسين خدمة عامة.
- مدى ثقل الجهه التى تقوم بالبحث، ولذلك تحصد البحوث الحكومية فى الدول النامية معدلات إستجابة أعلى من البحوث التى تمولها جهات تجارية خاصة فى المعتاد.
- تأثير اختلاف الخلفيات الثقافية والمستويات الاقتصادية الاجتماعية للمبحوثين على درجة إقبالهم على المشاركة فى الإستقصاء ومدى إقتناعهم بجدواه.

وتتعدد فئات غير المستجيبين الأخرى ومنها: الأشخاص الذين يَصعُب الوصول إليهم Non-Contacts، الأشخاص الذين صَعُب الإلتقاء بهم Non-Interviewable، والأشخاص الذين إنتقلوا من عناوينهم Movers(٨٦) ولم تصادف المؤلفة فى دراستها غير النوع الأول من حالات عدم الإستجابة نتيجة لطبيعة عينة هذه الدراسة.

وتكمن **خطورة معدلات عدم الإستجابة** فى إحتمالية كون بعض المفردات التى لم تجب عن الاستقصاء لها آراء تختلف عن آراء المفردات التى إستجابت له، لكنها لاتكون على دراية كاملة بالموضوع، حيث ان هناك علاقة إرتباطية إيجابية بين مستوى معرفة المبحوث بموضوع الإستقصاء ورغبته فى الإستجابة له، ولذلك يكون معدل الإستجابة لأسئلة الإستقصاء

الذى يجرى عن حروب وكوارث عقب وقوعها مرتفعة، لدراية المبحوثين بأهمية الإستقصاء[٨٧].

وتوجد نسبة إحصائية متعارف عليها لمعدلات عدم الإستجابة تبلغ (٢٠%) وإذا زادت عن ذلك تكون أحدى المشكلات التى تؤدى إلى تحيز النتائج، لكن هناك حالات إستثنائية قد تصل فيها هذه النسبة إلى (٣٠%)، عندما تدور الإستقصاءات حول موضوعات حساسة[٨٨].

ولم تزد نسبة عدم الإستجابة فى حدود هذه الدراسة عن نسبة (٥%)، لإهتمام المؤلفة بإحترام المبحوث وعدم التعامل معه كوحدة عد، بل كطرف مؤثر فى نجاح الدراسة، حيث ان التعامل مع المبحوث كمفردة يؤدى إلى رفض المبحوث الإستجابة أو إعطاء معلومات وبيانات مضللة وهو الوضع الأكثر خطورة[٨٩].

ويمكن عرض عينة هذه الدراسة من خلال الأبعاد التالية :

- **البعد الموضوعى للعينة**: تتناول هذه الدراسة علاقة الرأي العام المصرى بقناتى الجزيرة وMBC عينة الدراسة ودور نشرات الأخبار بهما فى ترتيب أجندته نحو القضايا المصرية والعربية والدولية.
- **البعد المكانى للعينة**: أجريت الدراسة فى **محافظتي القاهرة والجيزة**، بالتطبيق على **ستة أحياء هى**: حى مصر الجديدة والمهندسين كنماذج للأحياء مرتفعة المستوى الاقتصادى الاجتماعى، وحى الهرم وحى حدائق القبة كنماذج للأحياء متوسطة المستوى، وحى شبرا وإمبابة كنماذج للأحياء منخفضة المستوى الاقتصادى الاجتماعى.
- **البعد الزمنى للعينة**: أجريت الدراسة التحليلية على نشرتى أخبار الساعة الحادية عشر مساء بقناة الجزيرة والساعة التاسعة بقناة MBC من أول يونيو إلى نهاية يوليو ٢٠٠٥، وأجريت الدراسة الميدانية خلال الفترة من أول أغسطس إلى منتصف أغسطس عام ٢٠٠٥.

ب/٣- أداة جمع البيانات فى الدراسة الميدانية: تصميمها وإختبارها :

إن أداة جمع البيانات فى الدراسة الميدانية هى صحيفة الإستقصاء Questionnaire، ولها مسميات أخرى منها: الإستبار، الإستمارة، والإستبيان، وتعود كلمة Survey إلى الأصل اللاتينى وهو مزيج من كلمتين هما: "Sur" ومعناها "على" (Above Or Over)، وكلمة " Vey " ومعناها "ينظر" (Videre)، وبذلك فإن كلمة Survey تعنى النظر على شئ معين لإستبار أغواره ومعرفة مكنوناته[٩٠].

وتُعتبر صحيفة الإستقصاء تكنيكاً يستخدم فى بحوث العلوم الاجتماعية منذ فترات طويلة ولها مصداقية مرتفعة فى الأوساط العلمية[٩١]،

حيث تستخدم لجمع بيانات متنوعة من العينة المختارة من مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة بهدف التعرف علـــى حقـــائق معينـــة أو وجهات نظر المبحوثين وإتجاهاتهم ودوافعهم نحو شـــئ مـــا أو موضـــوع معين(٩٢).

وتُعرف صحيفة الإستقصاء بأنها أسلوب جمع البيانات الذى يستهدف إستثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة للحصول منهم على أفكـــار وحقائق وآراء معينة فى إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث فى التقرير الذاتى للمبحوثين عن هـــذه البيانـــات(٩٣)، حيث يُعد الهدف الأساسى لصحف الإستقصاء التعرف علـــى حقـــائق عـــن المبحوث ومشاعره وتوقعاته وتفضيلاته(٩٤)، ولكن لابد أن يتحقق هذا الهدف من خلال صحيفة مركزة تختبر الفروض فى عدد محدود من الأسئلة خاصة إذا كانت العينة كبيرة أو تضم جمهور غير مهتم بالدراسات الميدانيـــة مثـــل الأميين(٩٥)، كما يشترط ان تتلائم الصحيفة مع المستوى اللغوى للمبحـــوثين وأن توازن بين أنواع الأسئلة المختلفة من حيث الشكل والمضمون(٩٦).

وتوجد عدة خصائص يجب أن تتوافر فـــى صـــحيفة الإستقصـــاء ومنها: ان تدور الصحيفة حول هدف محدد يتم جمع المعلومات فى إطـــاره، ان يتم التخطيط للأسئلة بشكل يتسم بالدقة والتنظيم حتى تتلائم مـــع أهـــداف الدراسة من ناحية وتكون سهلة الفهم على المبحوثين من ناحية أخرى، وأن يتم تدريب الباحثين على إلقاء الأسئلة بالشكل الصحيح حتى لايسئ المبحوث فهمها والحصول على إستجابات مضللة(٩٧).

ويحدد روسويل Rothwell 1996 المكونات الأساسية لصـــحيفة الإستقصاء فيما يلى(*): العنوان، الرقم المسلسل للمبحوث، ومقدمة تعريفية Introductory Remarks: وهى تُعد خطاب موجه من الباحث يُعرف المبحوث بهـــدف البحـــث والجهـــه التـــابع لهـــا، **ملاحظـــات وإرشـــادات Instructions** وتتمثل فى بعض الإرشادات التى تساعد علـــى توضـــيح الأسلوب الأمثل لملء صحيفة الإستقصاء، وتكون هذه الإرشادات للباحث - إن كانت الصحيفة تملأ بياناتها بالمقابلة - أو للمبحوث - إن كانت سترســـل له كى يملئها بنفسه-، وهى تحدد على سبيل المثـــال كيفيـــة الإشـــارة إلـــى الإجابات أن كانت مربعات Ticking Boxes أو أرقام مصـــحوبة بـــدوائر Circling Numbers، ومن الأجزاء الرئيسية فى الإستقصاء مـــا يعـــرف **بمتن الإستقصاء** ويتضمن مجموعة من الأسئلة عـــن أهـــم آراء المبحـــوث وإتجاهاته حول موضوع الدراسة، **وأسئلة البيانات الشخصية** التى تستهدف التعرف على بعض المعلومات عن المبحوث: كالسن، المستوى الاقتصـــادى الاجتماعى، والمستوى التعليمى(٩٨).

ويوجد شكل مثالى مقترح لصحيفة الإستقصاء وهو: المقدمة التى تكون بعد غلاف الإستقصاء Covering Letter، الأسئلة التمهيدية Warm– Up Questions، أسئلة فى عمق الدراسة Depth Questions، وأسئلة البيانات الشخصية Demographic Questions(٩٩).

ب/٣/١– أنواع صحف الاستقصاء:

يُعد الإستقصاء أحد أدوات **منهج المسح** الأكثر إستخداماً فى الدراسات الإعلامية، إذ يمكن الإستقصاء من جمع الكثير من المعلومات فى وقت مناسب نسبياً، **وهناك نوعان من صحف الإستقصاء هى:**

- **الإستقصاء الوصفى:** يهدف إلى التعرف على أكبر كم من المعلومات حول علاقة الأشخاص ببعضهم أو بالوسيلة من خلال أسئلة كمية عن المعتقدات والحقائق والسلوكيات.
- **الإستقصاء التجريبى:** إستقصاء يبحث فى علاقة لها سبب ونتيجة، فهناك فعل ورد فعل، ويمكن فى بعض الدراسات استخدام نوعي الاستقصاء معاً(١٠٠).

وهناك تصنيف آخر لصحف الإستقصاء يقسمها إلى نوعين على النحو الآتى:

- **المسوح الوصفية Descriptive Survey:** وهى المسوح التى تصف عينة الدراسة التى يتم دراستها، وتهدف إلى التعرف على معلومات حول المتغيرات الديموغرافية لمفردات العينة: كالسن، النوع، والمستوى الاقتصادى الاجتماعى، بالإضافة إلى علاقتهم بموضوع الدراسة الذى قد يكون وسائل الإعلام.
- **المسوح التحليلية Analytical Survey:** وهى المسوح التى تحلل الأسباب المختلفة التى تدفع مفردات الجمهور للقيام بسلوكيات معينة، وهذه المسوح تحتاج أن تبنى على نتائج المسوح الوصفية التى تسبقها كى تستمد من نتائجها الفروض البحثية التى تنطلق منها(١٠١).

وإعتمدت المؤلفة فى هذه الدراسة على الإستقصاء الوصفى، وذلك لدراسة علاقة الرأي العام عينة الدراسة بنشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية.

ب/٣/٢– مراحل إعداد صحيفة الاستقصاء:

مر إعداد الصحيفة بسبع مراحل على النحو الآتى :

– مرحلة تحديد أهداف الدراسة

يُعتبر تحديد أهداف الدراسة الميدانية العنصر الأساسى فى نجاحها، حيث إنها إذا إتسمت بوضوح ودقة تحديد الهدف تصل إلى نتائج أفضل، ويلخص ليندبرج Lednberg ذلك فيقول: لاتعد صحيفة إستقصاء قبل أن تحدد أهدافها بوضوح وتختار العينة المناسبة لها بدقة(١٠٢)، ويتم عادة وضع

مجموعة من الأهداف يسعى الإستقصاء لتحقيقها، ومـــن ثـــم تتـــرجم هـــذه الأهداف فى مجموعة من الأسئلة، إذ يوضع كل سؤال فى بطاقة مستقلة حتى يسهل بعد ذلك ترتيب الأسئلة وإعداد الصحيفة(١٠٣).

وقد وضح ستانلى باين Payne, Stanley ان الإستقصاء الجيد هو الذى يحدد هدفه فى تساؤل بحثى رئيسى واحد وتكون كل أسئلته واضـــحة، ويُفهَم بنفس المعنى عند كل المبحوثين ويكون ذلك المعنى هو نفس المعنـــى الذى يقصده الباحث(١٠٤).

– تحديد البيانات المطلوب جمعها

يعتمد الإستقصاء الجيد على تحديد دقيق للبيانات المطلوب جمعها إذ يؤدى إهمال هذه الخطوة إلى أحد النتيجتين إما ان يكون الإستقصاء **طـــويلاً** بحيث يرفض المبحوث الإجابة عليه، او لايكمل الإجابة على كـــل أســـئلته، أويعطى إجابات مضللة، ويُصّعب كذلك عمليات التفريغ وتحليـــل البيانـــات، وبذلك يضيع الكثير من الجهد والوقت والمال فى معلومات غير أساسية، أو يكون الإستقصاء **قصيراً** مما يؤدى إلى عدم الحصول على إجابـــات علـــى العديد من التساؤلات التى تستهدف الدراسة الإجابة عليها(١٠٥).

وقد تم تحديد البيانات المطلوب جمعها فى هـــذه الدراســـة – بعـــد الدراسة الاستطلاعية والرجوع إلى التراث العلمى وتحليل الأمثلة المثيـــرة للإستبصار ومناقشة الخبراء – فى المحاور التالية:

- علاقة الرأي العام عينة الدراسة بمصادر الأخبار المختلفة.
- علاقة الرأي العام عينة الدراسة بنشرات الأخبار فى القنوات الفضـــائية العربية.
- علاقة الرأي العام عينة الدراسة بنشرات الأخبار فى التلفزيون المصرى.
- علاقة الرأي العام عينة الدراسة بالقضايا المصرية والعربيـــة والدوليـــة الواردة فى نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية.
- آراء الرأي العام عينة الدراسة حول مزايا الخدمة الإخباريـــة بـــالقنوات الفضائية العربية وسلبياتها.
- مقترحات الرأي العام عينة الدراسة حول إنشاء قنوات إخبارية مصـــرية خاصة.
- مقترحات الرأي العام عينة الدراسة لتطوير الخدمة الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية من حيث الشكل والمضمون.

– تحديد نوع صحيفة الإستقصاء

تستخدم المؤلفة فى هذه الدراسة " **صحيفة الإستقصـــاء بالمقابلـــة** " وتحديداً " المقابلة المقننة Structured Interview "، وهـــى المقابلـــة ذات الإجراءات والخطوات والأسئلة المحددة مسبقاً، والتى لايسمح فيها للباحـــث

بالخروج عن الحدود المرسومة له، وهى تستخدم عادة للتعرف على الآراء ووجهات النظر وأنماط الممارسة للمبحوثين[١٠٦]، إذ يعرف موسر وكالتون Moser & Kalton "الإستقصاء بالمقابلة" بأنه حوار بين الباحث والمبحوث للحصول على بيانات ومعلومات عن علاقة المبحوث بوسيلة إعلامية ما أو ظاهرة معينة، ويرى إنه يشبه **الصيد** حيث إنه عمل يتطلب الكثير من الصبر والحذر للحصول على الإجابة المطلوبة[١٠٧].

- **ويتصف الإستقصاء بالمقابلة ببعض المميزات منها :** يُمَكن هذا النوع من الإستقصاءات الباحث من شرح الأسئلة للمبحوث، كما يتأكد الباحث ان المبحوث يجيب عن الأسئلة بنفسه وذلك لايتحقق فى الإستقصاء البريدى أو الإستقصاء الهاتفى، كما يُعد أقل تكلفة ويوفر كمية كبيرة من المعلومات فى وقت قصير[١٠٨].

ويستطيع الباحث من خلال هذا النوع من الإستقصاءات سؤال المبحوث بشكل يقترب من المحادثة Conversational Tone، مما يشجع المبحوث على إعطاء إجابات حقيقية، ولذلك يتميز الإستقصاء بالمرونة Flexibility، حيث تكون هناك فرصة للتقارب مع المبحوث ومعرفة ردود أفعاله، كما أن معدلات الإستجابة Response Rate على الأسئلة تكون مرتفعة بعكس الإستقصاء البريدى، كما إنه يوفر للباحث فرصة للتأكد من صدق المبحوث من خلال لغة جسده Body Language أثناء إلقاء الأسئلة عليه[١٠٩].

وهناك بعض العيوب التى يعانى منها الإستقصاء بالمقابلة – وحرصت المؤلفة على تلافيها – منها:

إحتياج هذا النوع من الإستقصاءات للكثير من الجهد والوقت[*] بالمقارنة بالإستقصاء البريدى – على سبيل المثال– وهو لا يتناسب مع طبيعة الدراسات المتعلقة بنظرية ترتيب الأولويات كما أن شعور المبحوث بأنه تحت دائرة الضوء قد يزعجه ويجعله يرفض ملء الإستقصاء أو يرفض إستكماله على أفضل تقدير[١١٠]، أو قد يوافق على ملء الإستقصاء ولكن لايذكر الحقيقة نتيجة عدم رغبته فى الكشف عن معلومات أو آراء خاصة أو حتى لايبدو غير ملم بالمعلومات حول الموضوع أو نتيجة نسيان الإجابة السليمة، أو لعدم إحساسه بأهمية الدراسة وجدواها، مما يؤدى إلى تضليل سواء مقصود أو غير مقصود[١١١].

ومن الجدير بالذكر، أن هناك إتجاهاً بحثياً جديداً تم تطويره من خلال عدد من الباحثين يتمثل فى **إجراء المقابلة العلمية بواسطة الحاسب الآلى Computer Assisted Personal Interviewing (CAPI)**، حيث يزود كل باحث بجهاز حاسب آلى محمول Laptop Computer يستخدمه

إثناء إجراء المقابلة، إذ يقوم بإدخال البيانات مباشرة، ويتم فى الحال إرسالها لجهاز الكمبيوتر الرئيسى Master Computer لتحليلها فى الحال إختصاراً لخطوة إدخال البيانات وتفريغها، ويتميز ذلك الأسلوب – والمناسب للإستطلاعات الفورية للرأى العام – بسرعة التحليل الإحصائى، وإمكانية إستخدام معينات بصرية كالأشكال التوضيحية التى تسهل على المبحوث فهم الأسئلة، وتتمثل عيوب هذا الأسلوب فى عدم إمكانية جمع البيانات إلا من مبحوث واحد بعكس الأسلوب اليدوى الذى يسمح في بعض البحوث كالتي تجرى على طلاب الجامعات بتوزيع صحف الإستقصاء على أكثر من مفردة فى نفس الوقت وشرح كيفية الإجابة لهم والتدخل إن لزم الأمر[١١٢].

والتزمت المؤلفة – بالإضافة لما سبق – بعدة قواعد أثناء المقابلة منها: الإلتزام بالحياد وعدم التأثير على رأى المبحوث، عدم إجبار أفراد العينة على الإشتراك فى الدراسة، عدم وضع المبحوث فى موقف دفاع عن النفس وعدم إعطائه الإحساس بأن إجاباته سوف يتم تقييمها على إنها خطأ أو صواب[١١٣]، بالإضافة إلى الشرط الأساسى المتمثل فى إلقاء الأسئلة على كل المبحوثين **بنفس ترتيبها وأسلوبها ونفس نبرة الصوت – إن أمكن – وإجراء الإستقصاء فى ظروف متشابهه قدر الإمكان حتى تصل إلى نفس المثير، وذلك للتأكد من أن اختلاف الإستجابات نتيجة اختلاف حقيقي لدى الجمهور وليس نتيجة اختلاف المثير**[١١٤].

ويرجع تفضيل المؤلفة للإستقصاء بالمقابلة كأداه بحثية لهذه الدراسة إلى اعتمادها على نتائج دراسة أجريت خلال عامى (١٩٩٩ – ٢٠٠١) أوضحت إن معدلات الإستجابة لهذه الأداه مرتفعة، حيث أن معدلات الإستجابة للإستقصاء البريدى تتراوح مابين (١ – ٤%)، والإستقصاء بالهاتف (١٠–١٥%)، والإستقصاء بالإنترنت سواء على المواقع المختلفة أو بالبريد الإلكترونى (١ – ٣٠%)، والإستقصاء الذى يتم ملئه ووضعه فى صندوق بالمراكز التجارية (١٥%)، **والإستقصاء بالمقابلة (٤٠%)**[١١٥].

وحرصت المؤلفة على الإلتزام بالخصائص التى يجب أن يتسم بها إعداد الإستقصاء ومنها: أن يكون واضحاً وقصيراً ويستخدم لغة سهلة[١١٦]، وأن يتضمن أسئلة تصفية Filter Questions بحيث يُقرأ للمبحوث الأسئلة التى تناسبه فقط ولايضيع وقته فى قراءة أسئلة لن يجيب عليها، والإهتمام بترقيم كل سؤال وبدائل الإجابات بما يُسَهل مهمة الباحث والمبحوث والإحصائى، وعدم تقسيم إجابة سؤال على صفحتين، والإهتمام بترتيب المحاور والأسئلة ترتيباً منطقياً وسيكولوجياً[١١٧]، والبعد عن الأسئلة المحرجة والإيحائية، والإهتمام بوضع أسئلة إنتقالية بين محاور الإستقصاء، وعدم إرجاء الأسئلة الهامة إلى نهاية الإستقصاء أو وضعها فى بداية الإستقصاء، حيث أن إحتمالات عدم الإجابة عليها إن وضعت فى نهاية

الإستقصاء تكون مرتفعة، نتيجة إرهاق المبحوث من ناحية، وتكون إحتمالية الإجابة عليها بشكل خاطئ إن وضعت في بداية الاستقصاء – نتيجة عدم التعود بعد على أسلوب الإجابة على الإستقصاء – تكون مرتفعة من ناحية أخرى(١١٨)، البعد عن الأسئلة حول الموضوعات المتعمقة لأنها تؤدى لأنصراف المبحوث عن الإستقصاء لإحساسه بالعجز عن الإجابة عليها، والبعد عن الأسئلة المزدوجة Double Questions، والبعد عن الأسئلة الإفتراضية Hypothetical Questions لأنها تؤدى إلى عدم فهم المبحوث لها نتيجة عدم قدرته على التخيل وبالتالى عدم الحصول على إجابات صحيحة، والبعد عن الأسئلة الحساسة Questions Covering Sensitive Issue – وإن كانت ضرورية يجب إختيار الألفاظ المستخدمة فيها بدقة وتأجيلها إلى نهاية الإستقصاء –، والبعد عن الكلمات غير القاطعة مثل ربما وإستبدالها بكلمات محددة مثل نعم ولا(١١٩).

– إعداد الصحيفة فى صورتها الأولية ويمر بمرحلتين هما:

المرحلة الأولى: إعداد رؤوس الموضوعات التى ستشملها صحيفة الإستقصاء بالإسترشاد بأهداف الدراسة تحت عدة محاور هى :

- التعرف على درجة تعرض الرأي العام عينة الدراسة للمصادر الإخبارية المختلفة، وموقع القنوات الفضائية العربية كمصدر إخبارى بين هذه الوسائل.
- التعرف على أبعاد علاقة الرأي العام عينة الدراسة بنشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية.
- التعرف على القنوات الفضائية العربية التى يفضل الرأي العام عينة الدراسة التعرض من خلال نشراتها لكل من القضايا المصرية والعربية والدولية.
- التعرف على إتجاهات الرأي العام عينة الدراسة المتابع للنشرات الإخبارية المقدمة فى القنوات الفضائية العربية نحو الدول مصدر الأحداث، للتعرف على دور القيم الإخبارية المتبعة فى تكوين هذا الإتجاه ومدى ملائمة هذه الإتجاهات مع أهداف المجتمع(١٢٠).

المرحلة الثانية: كتابة الاسئلة التى تندرج تحت رأس كل موضوع:

تضمنت الصحيفة فى صورتها الأولية (٦٢) سؤالاً موزعة كالتالى:

تضمن **المحور الأول** سؤالان.

وتضمن **المحور الثانى** ١٢ سؤالاً.

وتضمن **المحور الثالث** ٣٤ سؤالاً.

وتضمن **المحور الرابع** ١٤ سؤالاً.

وإستغرق بناء صحيفة الإستقصاء شهري مارس وابريل ٢٠٠٥.

– **مراجعة الصحيفة علمياً ومنهجياً**

يُعَد عرض صحيفة الإستقصاء على مجموعة من الخبراء المنهجيين والعلميين من المراحل الهامة فى تصميم الصحيفة، **وذلك لأن عرضها على مجموعة من الخبراء المنهجيين يحقق** مجموعة من الأهداف الهامة ومنها(١٢١):

- دراسة الشكل العام لتكوين الصحيفة.
- معرفة مدى كفاية الاسئلة فى تحقيق أهداف الدراسة.
- مراجعة ترتيب الاسئلة وتسلسلها المنطقى والسيكولوجى من وجهة نظر المبحوث.
- مراجعة الإجابات المحددة كبدائل وإستكمال الناقص منها وإغلاق الاسئلة المفتوحة.
- مراعاة النسبة الخاصة بالأسئلة المفتوحة Open Questions، والأسئلة المغلقة Fixed Alternative، والأسئلة نصف المغلقة Half Closed Questions فى الصحيفة.
- مراجعة صياغة الاسئلة ودقة الألفاظ المستخدمة فى صحيفة الإستقصاء، إذ يُعد ذلك من أصعب وأهم خطوات بناء الصحيفة حتى لايؤدى إستخدام بعض الألفاظ إلى إحراج المبحوث أو أساءته للفهم(١٢٢).

وتتمثل فوائد عرض الصحيفة على مجموعة من المتخصصين فى المجال العلمى والخبراء الممارسين فيما يلى :

- مراجعة المادة العلمية الواردة فى الصحيفة ومدى إرتباطها بأهداف الدراسة، ومدى كفايتها ودقتها للإجابة على التساؤلات التى تسعى الدراسة إلى الإجابة عليها.
- التعرف على مدى ملائمة الاسئلة لطبيعة الرأي العام عينة الدراسة وخصائصهم فى هذه المرحلة العمرية ومستواهم الثقافى(١٢٣).

وتم تطبيق المراجعة المنهجية والعلمية خلال شهر مايو ٢٠٠٥، وتوزع المحكمون على الممارسين للعمل الإعلامى فى مجال الأخبار، والخبراء الأكاديميين فى مجال الأخبار، والخبراء فى مجال مناهج البحث فى مجال الإعلام.

وأسفر التحكيم المنهجى والعلمى عن حذف ثلاثة أسئلة وبعض بدائل الإجابات، **وأصبحت صحيفة الإستقصاء تتكون من ٥٩ سؤالاً توزعت على المحاور الآتية :**

المحور الأول: يتكون من سؤالين ولم يتم حذف أى أسئلة من هذا المحور، وإنما تم تغيير وحذف بعض البدائل من المصادر الإخبارية.

المحور الثانى: وقد تمثلت أهم أوجه إستفادة المؤلفة من عملية مراجعة الصحيفة منهجياً وعلمياً لهذا المحور فى: حذف بعض الاسئلة الزائدة، دمج الاسئلة المكررة، إستبدال بعض الألفاظ الصعبة بألفاظ أكثر سهولة بالنسبة للرأي العام عينة الدراسة، ترتيب الاسئلة بشكل منطقى وسيكولوجى من وجهة نظر الرأي العام عينة الدراسة، إضافة بعض الاسئلة الضرورية لإختبار فروض الدراسة(١٢٤)، إختصار بعض البدائل، إغلاق بعض الاسئلة المفتوحة وإلغاء بديل " حسب الظروف " و" لا أعرف DK ANSWERS " لأنهما يكونان فى أغلب الأحوال فرصة لهروب المبحوث من الإجابة، مما ينعكس بالسلب على نتائج الدراسة، ويُرغم عدم وجودهما المبحوث على التفكير فى إختيار إجابة محددة من البدائل المتاحة(١٢٥).

- الإختبار القبلى PRE – TEST

يُعد الإختبار القبلى خطوة هامة تسبق إجراء الدراسة الميدانية على العينة بالكامل(١٢٦)، ويتمثل فى إختبار الإستقصاء على عينة محدودة من الرأي العام عينة الدراسة، وذلك قبل تطبيقه بشكل كامل على العينة الأصلية، على أن تمثل هذه العينة الصغيرة كافة خصائص العينة الأصلية(١٢٧)، وألا يقل حجمها عن (١٠%) من حجم العينة الأصلية(١٢٨).

ويفيد هذا الإجراء في إعطاء الباحث معلومات لإعادة تصميم صحيفة الإستقصاء بصورة أفضل(١٢٩) **وهناك عدة أسباب وراء إتخاذ هذا الإجراء منها:** معرفة الوقت الذى سيستغرقه ملء المبحوث للإستقصاء حيث إنه لايجب ان يزيد عن نصف ساعة(*)، والتأكد من مدى فهم الاسئلة، والتعرف على أهم الاسئلة التي يرفض المبحوث الإجابة عليها، وحذف الاسئلة المكررة أو الزائدة(١٣٠).

وقد أجرت المؤلفة الإختبار القبلى على **عينة عمدية قوامها (٤٢ مبحوثاً)** من الأحياء الستة (مصر الجديدة، المهندسين، الهرم، حدائق القبة، إمبابة، وشبرا) التى تمثل المستويات الاقتصادية الاجتماعية: المرتفعة والمتوسطة والمنخفضة بالترتيب ومتغير النوع، وذلك خلال الأسبوع الأول من شهر يونيه ٢٠٠٥.

وتمثلت إستفادة المؤلفة من هذه الخطوة المنهجية فيما يلى(١٣١):

- التعرف على مدى وضوح الاسئلة، وحذف البدائل غير المفهومة بالنسبة للرأي العام عينة الدراسة.
- التعرف على الاسئلة أو بدائلها التى تسبب حرجاً للمبحوث لحذفها أو إعادة صياغتها مثل: سؤال الدخل.
- التعرف على مشكلات العمل الميدانى لتفاديها والتى تمثلت فى **كثرة الموافقات المبدئية لدخول أماكن التجمعات المختلفة:** كالوزارات

والأندية والجامعات والنقابات والمراكز التجارية ودور السينما ومحطات مترو الأنفاق والميادين العامة بالأحياء عينة الدراسة.

- **التعرف على معدلات عدم الإستجابة لأخذها فى الإعتبار:** وتبين إنخفاض معدلات الإستجابة بالنسبة لفئات الجمهور العام ممن هم من مستوى تعليمى أقل من المتوسط، **ولذلك إقتصر التطبيق على فئات الرأي العام عينة الدراسة ممن فى مستوى تعليمى متوسط أو مافوق المتوسط.**
- **التعرف على الزمن الذى يستغرقه ملء صحيفة الإستقصاء:** نظراً لطول الصحيفة التى كان عدد الاسئلة بها ٦٢ سؤال، وأسفر التحكيم والاختيار القبلي إلى إختصارها إلى ٥٩ سؤالاً، حيث أصبح التطبيق يستغرق زمناً يتراوح ما بين ٢٠ – ٣٠ دقيقة بعد الحذف وهو زمن مقبول.
- **إغلاق بعض الاسئلة المفتوحة بعد حصر الإحتمالات المختلفة للإجابة،** وذلك حتى لايُدفع المبحوث إلى التفكير فى بدائل تكون المؤلفة على علم بها، ولكن تذكرها يستلزم وقتاً يؤثر على زمن ملء صحيفة الإستقصاء[١٣٢]، أو إختيار إجابة لاتعكس سلوكه الاتصالى الفعلي، ولكن هناك بعض الاسئلة التى من الصعب على الباحث توقع إجابات محددة لها من ناحية أو يريد الحصول على أكبر كم من البدائل المختلفة التى تعبر عن اختلاف المبحوثين وتنوعهم فى العينة من ناحية أخرى[١٣٣].

وبهذا يتضح أن خطوتى الإختبار القبلى والتحكيم تعدان من الخطوات الهامة التى ساعدت المؤلفة على معرفة مدى تناسب ألفاظ وأسئلة الإستقصاء ومستواه اللغوى مع أهدافه[١٣٤]، بالإضافة إلى التحكم فى طول صحيفة الإستقصاء الذى يُعد من المشكلات التى تؤدى إلى إنسحاب المبحوثين وإنصرافهم عن إستكمالها[١٣٥]، ويؤدى ذلك إلى إختصار صحيفة الإستقصاء وإقتصارها على الاسئلة التى تجيب على الفروض وتساهم فى الوصول إلى النتائج المطلوبة بما يسمى" الجمع الذكى للمعلومات" Intelligence Gathering Of Information[١٣٦].

– **إعداد الصحيفة فى صورتها النهائية: مر إعداد الصحيفة فى صورتها النهائية بخطوات أهمها:**

- الحصول على الموافقات الرسمية من الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء[*].
- طباعة صحيفة الإستقصاء مع زيادة (٢٠%) من حجم العينة (٤٢٠ مفردة)، حيث تم طباعة (٤٢إستمارة) لإستخدامها فى إختبار الثبات و(٤٢ صحيفة) كإحتياطى عند التطبيق الميدانى.

ب/٤- العمل الميدانى :

مر العمل الميدانى بعدة مراحل على النحو الآتى :

ب/٤/١- الاتصال بالميدان وتهيئته :

إن صلاحية صحيفة الإستقصاء ضرورة هامة لابد منهـا، إذ كلمـا كانت أداة البحث صحيحة كلما كانت المعلومات التـى تجمعهـا صـحيحة والنتائج التى تتوصل إليها دقيقة، ويمكن الإعتماد عليها، كما أن الحصـول على **الموافقات الرسمية** من الهيئات المعنية يُعد خطوة هامة – وإهمال هذه الخطوة يعرض الباحث للمساءلة القانونية – تسهل عليه مهمته عند النـزول إلى الميدان لجمع المادة(١٣٧).

ولقد حرصت المؤلفة على إبراز موافقات الجهاز المركزى للتعبئـة العامة والإحصاء للمبحوثين، وللمسئولين عن السماح للباحثة بجمع البيانـات من المبحوثين فى بعض الأماكن مثـل الـوزارات والهيئـات والمجمعـات التجارية ومحطات مترو الأنفاق، كما إستخدمت المؤلفة صحيفة الإستقصـاء المعتمدة رسمياً وتتضمن ختمي كلية الإعلام والجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء.

ب/٤/٢- العمل الميدانى فى الأحياء مجال الدراسة الجغرافية :

توزعت مناطق الدراسة على الأحياء الستة وهى: مصـر الجديـدة والمهندسين **كنموذج للأحياء مرتفعة المسـتوى الاقتصـادى الاجتمـاعي**، وحدائق القبة والهرم **كنموذج للأحيـاء متوسـطة المسـتوى الاقتصـادى الاجتماعي**، وحى شبرا وإمبابة **كنمـوذج للأحيـاء منخفضـة المسـتوى الاقتصادى الاجتماعي**، حيث تم سحب عينة عمدية قوامها ٧٠ مفردة من كل حى من الأحياء الستة موزعة بالتساوى على الذكور والإناث وإستغرق العمل الميدانى أسبوعين من الأسبوع الأول لشهر أغسطس حتى منتصـف شـهر أغسطس ٢٠٠٥.

ب/٤/٣- المراجعة الميدانية :

تولت المؤلفة جمع البيانات ميـدانياً بالمقابلـة بمفردهـا، وتولـت المراجعة الميدانية للتأكد من وجود إجابات على كل الاسئلة المطلوب الإجابة عليها قبل مغادرتها للميدان.

وقد أجرت المؤلفة **المراجعة الميدانية** على كل **صحيفة إستقصـاء** قبل أن تُنهى المقابلة مع المبحوث، نظراً لصعوبة الرجوع إلى المفردات مرة أخرى لإستكمال الأسئلة الناقصة بسبب طبيعة الإستقصاء الذى تجمع بياناته فى الشارع " Street Interview"، لهذا راعت المؤلفـة ان يكـون طـول الإستقصاء معقولاً بعكس الإستقصاء الذى يتم ملئه فى المنـازل " Home Interview" أو الجامعات أو المدارس حيث يمكن الرجوع للمفردات مرة أخرى لإستكمال الأسئلة الناقصة ويمكن أن يستغرق ٤٥ دقيقة(١٣٨).

ب/٤/٤- المراجعة المكتبية:

قامت المؤلفة بالمراجعة المكتبية عقب عودتها من الميدان للتأكد مما يلى :

- مراجعة أسئلة الصدق للتعرف على مدى تطابق إجابات المبحوثين عينة الدراسة.
- ترقيم صحائف الإستقصاء بأرقام مسلسلة تميز كل حالة من حالات الدراسة الميدانية، وقد قسمت المؤلفة – بعد إنتهاء العمل الميدانى – صحائف الإستقصاء إلى **عينات فرعية**، كل عينة قوامها (٧٠) صحيفة، وتم مراجعة جميع هذه الصحائف للتأكد من صدق المبحوثين حيث أن محكات الصدق تمثلت فى ربط بديل التليفزيون والقنوات الفضائية العربية فى س (١) وس(٧) من ناحية، وس(١٦) وس(١٧) من ناحية أخرى[١٣٩].

ب/٤/٥- إختبارى الصدق والثبات :

- إختبار الصدق :

إعتمدت المؤلفة فى قياس الصدق على مايلى:

- الصدق الظاهرى:

لمعرفة ما إذا كانت الاسئلة متصلة ومتسقة مع بعضها، وتقيس ما ينبغى ان تقيسه، وتم ذلك من خلال مراجعة الخبراء العلميين والمنهجيين والممارسين للصحيفة[١٤٠]، وللتحقق من صدق أداة البحث قامت المؤلفة بعرضها على **ثمانية عشر** محكماً يتنوعون ما بين محكمين أكاديميين فى مجالى: مناهج البحث والأخبار، ومحكمين من الممارسين فى مجال الأخبار، للتحقق من مدى صلاحية أداة جمع البيانات وقياس صدقها، وبناء على رأى المحكمين – كما سبق الذكر – تم إجراء بعض التعديلات المطلوبة لتنقيح صحيفة الإستقصاء فى صورتها النهائية لتكون صالحة للتطبيق الميدانى.

ويطلق على هذه المرحلة " **الصدق الظاهرى** " حيث يتم خلالها التأكد من مدى صحة ودقة تصميم أداة البحث وقياسها للشئ المطلوب قياسه[١٤١]، ويتم التحقق من هذا النوع من الصدق وتصميمه عن طريق الإستعانة بمجموعة من المحكمين الذين يفحصون تكنيك الصحيفة ويقرون صلاحيته للتطبيق[١٤٢].

- الصدق التجريبى Expermental Validity:

وضعت المؤلفة أسئلة تأكيدية تقيس نفس الشئ بأسلوبين مختلفين، ويشترط أن تكون الكلمات المستخدمة فى صياغة هذه الاسئلة واضحة ومفهومة ومحددة[١٤٣]، ولاتصلح أسئلة الرأى كمحكات للصدق عكس أسئلة الحقائق التى تصلح لذلك، وتستبعد صحف الإستقصاء التى لاتحقق نسبة صدق مناسبة.

وقد إعتمدت المؤلفة فى حساب الصدق على الإتساق بـين **إجابـات الاسئلة المرتبطة** من خلال قسمة عدد الاسئلة المتعادلة التى أجيب عنهـا إجابة متماثلة على عدد الأسئلة المتعادلة التى شملتها الصحيفة[١٤٤]، **وجاءت درجات الصدق على النحو الآتى :**

- ٣٩٥ صحيفة إستقصاء بنسبة (٩٤%) حققت معامل صدق (١٠٠%).
- ٢٥ صحيفة إستقصاء بنسبة (٦%) حققت معامل صدق (٩٥%).

وتم حساب الصدق – كما سبق الذكر – من ربـط بـديل القنـوات الفضائية والتليفزيون المصري مـن سـؤال (١) وسـؤال (٧)، وس(١٦) وس(١٧) معاً.

- **إختبارالثبات :**

إن إختبار الثبات هو إختبار بعدى RE – TEST، حيـث يُجـرى إعادة تطبيق صحيفة الإستقصاء على مجموعة من مفردات الدراسة بنسـبة (١٠%)، بفاصل زمنى مدته اسبوع – على الأقل – بين التطبيقين لإختبـار مدى الإتساق بين البيانات التى تم جمعها فى التطبيق الأصـلى والتطبيـق الثانى[١٤٥].

وأجرت المؤلفة إختبار الثبات على جميع أسئلة صحيفة الإستقصـاء إلتزاماً بالقواعد المنهجية[١٤٦]، حيث أجرت المؤلفة التطبيق البعـدى علـى (١٠%) من العينة، وذلك خلال أسبوع من جمع البيانات من المبحوثين مـن كل حى من أحياء الدراسة، إذ حصلت المؤلفة على أرقام هواتـف بعـض المبحوثين، وأجرت معهم مكالمات هاتفية لتحديـد موعـد لإعـادة تطبيـق الإستقصاء.

وتم بعد ذلك إدخال صحف الإستقصاء الأصلية وصحف الإستقصاء عينة الثبات للتحليل بالحاسب الآلى، وبلغ معامـل الثبـات لأسـئلة الـرأى (٩٣,٧)، ومعامل الثبات لأسئلة الحقائق (٩٦,٣)، ومعامـل الثبـات الكلـى (٩٥%)، وإعتبرت المؤلفة أن معامل الثبات الكلى مناسباً وفقـاً لمـا هـو متعارف عليه في هذا المجال[*].

ب/٥- الأساليب الإحصائية المستخدمة[**]:

بعد الإنتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها – بعد ترميزهـا – إلى الحاسب الآلى، وجرت معالجتها وتحليلها وإستخراج النتائج الإحصـائية بإستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعـروف بإسـم SPSS إختصـاراً لـ: Statistical Package For The Social Sciences، **وذلك بـاللجوء إلـى المعـاملات والإختبـارات والمعالجـات الإحصائية التالية :**

١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
٢- المتوسط الحسابى والإنحراف المعيارى.

٣- **الوزن المرجح** الذى يُحسب بضرب التكرارات بوزن معين يقـرره الباحث إستناداً إلى عدد المراتب فى السؤال، ثم تجمع نتائج الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة، ويتم بعـد ذلـك حساب النسب المئوية لبنود السؤال كلها.

٤- **الوزن المئوى** الذى يحسب من المعادلة الآتية :
الوزن المئوى = (المتوسط الحسابى × ١٠٠) ÷ الدرجة العظمى للعبارة

٥- **إختبار كـا٢ لجـداول التوافـق** (Contingency Tables Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى (Nominal).

٦- **عامل التوافق** (Contingency Coefficient) الذى يقيس شـدة العلاقة بين متغيريين إسميين فى جدول أكثـر مـن ٢ × ٢، وقـد إعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامـل أقـل مـن ٠,٣٠، ومتوسطه ما بين ٠,٣٠ – ٠,٧٠، وقوية إذا زادت عن ٠,٧٠.

٧- **معامل فاى** (Phi Coefficient) الذى يقيس شدة العلاقـة بـين متغيريين إسميين فى جدول ٢ × ٢، وقد أعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠,٣٠، ومتوسـطه مـا بـين ٠,٣٠ – ٠,٧٠، وقوية إذا زادت عن ٠,٧٠.

٨- **معامل إرتباط بيرسون** (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة وإتجاه العلاقة الإرتباطية بين متغيريين مـن مسـتوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio)، وقد إعتبرت العلاقـة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠,٣٠، ومتوسطه مـا بـين ٠,٣٠ – ٠,٧٠، وقوية إذا زادت عن ٠,٧٠.

٩- **معامل إرتبـاط الرتـب لسـبيرمان** (Spearman Correlation Coefficient) لدراسة شدة وإتجاه العلاقة الإرتباطية بين متغيريين من المستوى الترتيبى (Ordinal)، وقد إعتبرت العلاقة ضعيفة جداً إذا كانت قيمة معامل سبيرمان ما بين صفر – ٠,٢٠، وضعيفة مـا بين ٠,٢١ – ٠,٤٠، ومتوسطة ما بين ٠,٤١ – ٠,٦٠، وقوية مـا بين ٠,٦١ – ٠,٨٠، وقوية جداً ٠,٨١ – ١,٠٠ .

١٠- **إختبار (ت) للمجموعات المسـتقلة** (Independent Samples T–Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين فى أحد المتغيرات من نـوع المسـافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

١١- **إختبار (ت) للمجموعات المرتبطة** (Paired Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين فى أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

١٢- **تحليل التباين ذو البعد الواحد** (One Way Analysis Of Variance) المعروف إختصاراً بإسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين فى أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

١٣- **الإختبارات البعدية** (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوى (Difference Least Singnificance) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التى يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

١٤- **إختبار ى** (Z – Test) لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين.

وقد تم قبول نتائج الإختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥%، أى عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، وعند درجة ثقة (٩٩%) أي عند مستوى معنوية (٠,٠٠١).

ثامناً: توصيف عينة الدراسة الميدانية:

أ- توزيع العينة طبقاً للنوع وفئات السن:

يوضح الجدول التالي رقم (٢) توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع وفئات السن.

جدول رقم (٢)

توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع وفئات السن

النوع / فئات السن	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة	٩٢	٤٣,٨	١٢٣	٥٨,٦	٢١٥	٥١,٢	٣,٠٣	دالة
من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ سنة	٦٩	٣٢,٩	٦٣	٣٠	١٣٢	٣١,٤	٠,٦٤	غير دالة
من ٥٠ سنة فأكثر	٤٩	٢٣,٣	٢٤	١١,٤	٧٣	١٧,٤	٣,٢٢	دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٤٢٠	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- يتوزع الرأي العام عينة الدراسة **طبقاً للنــوع** علــى الــذكور (٥٠%)، والإناث (٥٠%).
- ويتوزع الرأي العام عينة الدراسة **طبقاً لفئات السن** على ثلاث فئــات – بالترتيب– هي: من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة (٥١,٢%)، من ٣٥ إلــى أقل من ٥٠ سنة (٣١,٤%)، و٥٠ سنة فأكثر (١٧,٤%).

أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً بين الــذكور والإناث طبقاً لفئات السن على النحو الآتي:

- تزداد الإناث مقارنة بالذكور في **الفئة العمرية من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة** (٥٨,٦%، ٤٣,٨%)، فالفارق دال إحصائياً، حيث بلغت قيمــة Z المحسوبة (٣,٠٣) وهي أعلى من القيمة الجدولية (٢,٥٨) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٩%).
- **يزداد** الذكور مقارنة بالإناث في **الفئة العمرية ٥٠ سنة فأكثر** (٢٣,٣%، ١١,٤%)، فالفارق دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٣,٢٢) وهي أعلى من القيمة الجدولية (٢,٥٨) المنبئة بوجود علاقة فارقة بــين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٩%).
- **وأوضحت النتائج التفصيلية** وجود **فروق غير دالة إحصائياً** بين الذكور والإناث في الفئة العمرية من ٣٥ إلى أقــل مــن ٥٠ ســنة (٣٢,٩%، ٣٠%) فالفارق غير دال إحصائياً، حيــث بلغــت قيمــة Z المحســوبة (٠,٦٤) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).

(ب) توزيع العينة طبقاً للنوع والحالة الاجتماعية:

يوضح الجدول التالي رقم (٣) توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع والحالة الاجتماعية.

جدول رقم (٣)

توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع والحالة الاجتماعية

النوع / الحالة الاجتماعية	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
أعزب	١٢٢	٥٨,١	١٥٩	٧٥,٧	٢٨١	٦٦,٩	٣,٨٣	دالة
متزوج	٦٦	٣١,٤	٣٩	١٨,٦	١٠٥	٢٥	٣,٠٣	دالة
مطلق	١٦	٧,٦	٩	٤,٣	٢٥	٦	١,٤٣	غير دالة
أرمل	٢	٢,٩	٣	١,٤	٩	٢,١	١,٠٦	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٤٢٠	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- تتوزع عينة الدراسة طبقاً للحالة الاجتماعية على **أربع فئات** –بالترتيب– هي: أعـزب (٦٦,٩%)، متـزوج (٢٥%)، مطلـق (٦%)، وأرمـل (٢,١%).

أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق بين الذكور والإناث طبقـاً للحالة الاجتماعية على النحو التالي:

- **تزداد** الإناث مقارنة بالذكور **في فئـة أعـزب** (٧٥,٧%، ٥٨,١%) فالفارق دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٣,٨٣) وهـي أعلى من القيمة الجدولية (٢,٥٨) المنبئة بوجود علاقة فارقـة بـين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٩%).
- **يزداد** الذكور مقارنة بالإناث **في فئة متـزوج** (٣١,٤%، ١٨,٦%) فالفارق دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٣,٠٣) وهـي أعلى من القيمة الجدولية (٢,٥٨) المنبئة بوجود علاقة فارقـة بـين المتغيرين بنسبة (٩٩%).

وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصـائياً بـين الذكور والإناث طبقاً للحالة الاجتماعية على النحو الآتي:

- **تقارب** نسبة الذكور مع نسبة الإناث **في فئة مطلق** (٧,٦%، ٤,٣%) فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمـة Z المحسـوبة (١,٤٣) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **تقارب** نسبة الذكور مع نسبة الإناث في **فئة أرمل** (٢,٩%، ١,٤%) فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمـة Z المحسـوبة (١,٠٦) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كـا^{٢}** وجـود علاقة دالة إحصائياً بين النوع والحالة الاجتماعية للمبحوثين عينـة الدراسة (كا^{٢}= ١٤,٧٧٥، درجة الحرية= ٣، مسـتوى المعنويـة= ٠,٠٠٢).

(ج) توزيع العينة طبقاً للنوع ومدى العضوية في الأحزاب السياسية:

يوضح الجدول التالي رقم (٤) توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى العضوية في الأحزاب السياسية.

جدول رقم (٤)
توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى العضوية في الأحزاب السياسية

النوع / العضوية في الأحزاب	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
نعم	٤٦	٢١,٩	٢٣	١١	٦٩	١٦,٤	٣,٠١	دالة
لا	١٦٤	٧٨,١	١٨٧	٨٩	٣٥١	٨٣,٦	٣,٠١	دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٤٢٠	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- **ينتمي** (١٦,٤%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة إلى أحزاب سياسية، **ويزداد** الذكور عن الإناث في الانتماء للأحزاب السياسية (٢١,٩%، ١١%)، فالفارق بينهما دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٣,٠١) وهي أعلى من القيمة الجدولية (٢,٥٨) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٩%).
- ولا ينتمي (٨٣,٦%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة إلى أحزاب سياسية، **ويزداد** الإناث عن الذكور في عدم الانتماء للأحزاب السياسية (٨٩%، ٧٨,١%) فالفارق بينهما دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٣,٠١) وهي أعلى من القيمة الجدولية (٢,٥٨) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٩%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع وانتماء أفراد الرأي العام عينة الدراسة للأحزاب السياسية (كا٢= ٩,١٧٤، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٠٠٢).

(د) توزيع العينة طبقاً للنوع وأسماء الأحزاب التي ينتمي إليها المبحوثون عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (٥) توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع وأسماء الأحزاب التي ينتمي إليها المبحوثون عينة الدراسة.

جدول رقم (٥)

توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع وأسماء الأحزاب التي ينتمي إليها المبحوثون عينة الدراسة

النوع / اسم الحزب	الذكور			الإناث			المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	Z	الدلالة
الوطني الديمقراطي	٣٢	٦٩,٦	١	١٣	٥٦,٥	١	٤٥	٦٥,٢	١,٠٨	غير دالة
الوفد	٩	١٩,٦	٢	٥	٢١,٧	٢	١٤	٢٠,٣	٠,٢٠	غير دالة
الأحرار	٥	١٠,٩	٣	٤	١٧,٤	٣	٩	١٣	٠,٧٦	غير دالة
الغد	-	-	-	١	٤,٣	٤	١	١,٤	لصالح الإناث فقط	
المجموع	٤٦	١٠٠		٢٣	١٠٠		٦٩	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج منها:

- **إن الأحزاب السياسية التي ينتمي لها أفراد الرأي العام عينة الدراسة – بالترتيب – هـي:** الحزب الوطني الديمقراطي (٦٥,٢%)، حزب الوفد (٢٠,٣%)، حزب الأحرار (١٣%)، وحزب الغد (١,٤%).
- **أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث طبقاً للأحزاب السياسية التي ينتمون إليها على النحو التالي:**
  - **تتقارب** نسبة الذكور مع نسبة الإناث الذين ينتمون **للحزب الوطني الديمقراطي**، فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٠٨) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
  - **تتقارب** نسبة الذكور مع نسبة الإناث الذين ينتمون انتمائهم **لحزب الوفد**، فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٢٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
  - **تتقارب نسبة** الذكور مع نسبة الإناث في انتمائهم **لحزب الأحرار**، فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٧٦) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
  - **ويقتصر** الانتماء لحزب الغد على الإناث فقط بنسبة (١,٤%).

(هـ) توزيع العينة طبقاً للنوع والمؤهل الدراسي:

يوضح الجدول التالي رقم (٦) توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع والمؤهل الدراسي.

جدول رقم (٦)

توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع والمؤهل الدراسي

النوع / المؤهل الدراسي	الذكور			الإناث			المجموع			قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت		
مؤهل متوسط	٦٨	٣٢,٤	٢	٧٦	٣٦,٢	٢	١٤٤	٣٤,٣	٢	٢,٨٧	دالة
مؤهل جامعي	١٠٧	٥١	١	١٠٥	٥٠	١	٢١٢	٥٠,٥	١	٠,٢٠	غير دالة
دراسات عليا	٣٥	١٦,٧	٣	٢٩	١٣,٨	٣	٦٤	١٥,٢	٣	٠,٨٣	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠		٢١٠	١٠٠		٤٢٠	١٠٠			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- **تتوزع عينة الدراسة طبقاً للمؤهل الدراسي على ثلاث فئات هي:** المؤهل المتوسط (٣٤,٣%)، المؤهل الجامعي (٥٠,٥%)، والدراسات العليا (١٥,٢%).
- **أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق بين الذكور والإناث طبقاً للمؤهل الدراسي على النحو الآتي:**
  - **تزداد** نسبة الإناث مقارنة بالذكور من **ذوي المؤهل المتوسط** (٣٦,٢%، ٣٢,٤%)، فالفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٨٧) وهي أعلى من القيمة الجدولية (٢,٥٨) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٩%).
- **وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث طبقاً للمؤهل الدراسي على النحو الآتي:**
  - **تتقارب** نسبة الذكور والإناث من **ذوي المؤهل الجامعي** (٥١%، ٥٠%)، فالفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٢٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
  - **تتقارب** نسبة الذكور والإناث من **الحاصلين على الدراسات العليا** (١٦,٧%، ١٣,٨%)، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٨٣) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى

ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع والمؤهل التعليمي للمبحوثين عينة الدراسة. (كا٢= ١,٠٢٦، درجة الحرية= ٢، مستوى المعنوية= ٠,٥٩٩).

(و) توزيع العينة طبقاً للنوع ومدى السفر للخارج:

يوضح الجدول التالي رقم (٧) توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى السفر للخارج.

جدول رقم (٧)

توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى السفر للخارج

النوع / مدى السفر للخارج	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
نعم	٦٣	٣٠	٦٧	٣١,٩	١٣٠	٣١	٠,٤٢	غير دالة
لا	١٤٧	٧٠	١٤٣	٦٨,١	٢٩٠	٦٩	٠,٤٢	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٤٢٠	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- **سافر** للخارج (٣١%) من الرأي العام عينة الدراسة، **ويتساوى في ذلك** الذكور والإناث (٣٠%، ٣١,٩%)، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٤٢) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- ولم يسافر للخارج (٦٩%) من الرأي العام عينة الدراسة، ويتساوى في ذلك الذكور والإناث (٧٠%، ٦٨,١%)، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٤٢) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وسفر أفراد الرأي العام عينة الدراسة إلى الخارج (كا٢= ٠,١٧٨، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٦٧٣).

(ز) توزيع العينة طبقاً للنوع وأسباب السفر للخارج:

يوضح الجدول التالي رقم (٨) توزيع إجابات أفراد الرأي العام عينة الدراسة الذين سبق لهم السفر للخارج طبقاً للنوع وأسباب السفر.

جدول رقم (٨)

توزيع أفراد الرأي العام اجابات عينة الدراسة طبقاً للنوع وأسباب السفر للخارج

النوع / أسباب السفر	الذكور			الإناث			المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%		
العمل	٢٩	٤٦	١	٢٤	٣٥,٨	٢	٥٣	٤٠,٨	١,١٨	غير دالة
الزيارة	٢٠	٣١,٧	٣	٢٥	٣٧,٣	١	٤٥	٣٤,٦	٠,٦٧	غير دالة
السياحة والتسوق	٢١	٣٣,٣	٢	٢١	٣١,٣	٣	٤٢	٣٢,٣	٠,٢٤	غير دالة
الحج	١٧	٢٧	٤	١٨	٢٦,٩	٤	٣٥	٢٦,٩	٠,٠١	غير دالة
العمرة	١٠	١٥,٩	٥	١٥	٢٢,٤	٥	٢٥	١٩,٢	٠,٩٤	غير دالة
الدراسة	٧	١١,١	٦	٥	٧,٥	٦	١٢	٩,٢	٠,٧١	غير دالة
العلاج	٦	٩,٥	٧	٥	٧,٥	٦م	١١	٨,٥	٠,٤١	غير دالة
جملة من سئلوا	٦٣			٦٧			١٣٠			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- **إن أهم أسباب السفر للخارج عند أفراد الرأي العام عينة الدراسة – بالترتيب – هي:** العمل (٤٠,٨%)، الزيارة (٣٤,٦%)، السياحة والتسوق (٣٢,٣%)، الحج (٢٦,٩%)، العمرة (١٩,٢%)، الدراسة (٩,٢%)، والعلاج (٨,٥%).
- **أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث طبقاً لأسباب السفر للخارج على النحو الآتي:**

• **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين سافروا **للعمل** (٤٦%، ٣٥,٨%)، فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,١٨) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا^2** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وسفر المبحوثين عينة الدراسة للعمل في الخارج (كا^2= ١,٤٠٢، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٢٣٦).

• **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين سافروا **لزيارة الأهل والأصدقاء** خارج مصر (٣١,٧%، ٣٧,٣%)، فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٦٧) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا^2** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وسفر المبحوثين عينة الدراسة لزيارة الأهل والأصدقاء خارج مصر (كا^2= ٠,٤٤٥، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٥٠٥).

• **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين سافروا **للسياحة والتسوق** (٣٣,٣%، ٣١,٣%)، فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٢٤) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد**

استخدام اختبار كا^{2} وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وسفر المبحوثين عينة الدراسة للسياحة والتسوق (كا^{2}= ٠,٠٥٩، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٨٠٨).

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث في **سفرهم لتأدية فريضة الحج** (٢٧%، ٢٦,٩%)، فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٠١)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا^{2}** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وسفر المبحوثين عينة الدراسة لتأدية فريضة الحج (كا^{2}= ٠,٠٠٣، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٩٨٨).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين **سافروا لتأدية العمرة** (١٥,٩%، ٢٢,٤%)، فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٩٤) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا^{2}** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وسفر المبحوثين عينة الدراسة لأداء العمرة (كا^{2}= ٠,٨٨٧، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٣٤٦).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث **الذين سافروا للدراسة** (١١,١%، ٧,٥%)، فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٧١) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا^{2}** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وسفر المبحوثين عينة الدراسة إلى الخارج للدراسة (كا^{2}= ٠,٥١٦، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٤٧٣).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث **الذين سافروا إلى الخارج للعلاج** (٩,٥%، ٧,٥%)، فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٤١)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا^{2}** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وسفر المبحوثين عينة الدراسة إلى الخارج للعلاج (كا^{2}= ٠,١٧٨، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٦٧٣).

(ح) توزيع العينة طبقاً للنوع ومدى العضوية في الأندية:

يوضح الجدول التالي رقم (٩) توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى العضوية في الأندية.

جدول رقم (٩)

توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى العضوية في الأندية

النوع / العضوية في النادي	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
نعم	٨٢	٣٩	٨٩	٤٢,٤	١٧١	٤٠,٧	٠,٣٩	غير دالة
لا	١٢٨	٦١	١٢١	٥٧,٦	٢٤٩	٥٩,٣	٠,٣٩	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٤٢٠	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- **يشترك** (٤٠,٧%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة في الأندية الرياضية، **وتتقارب نسبة** الذكور والإناث في ذلك (٣٩%، ٤٢,٤%)، فالفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٣٩) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **ولا يشترك** (٥٩,٣%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة في الأندية الرياضية، **ويتقارب** الذكور والإناث (٦١%، ٥٧,٦%)، فالفارق بين المتغيرين غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٣٩) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا^{2}** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع واشتراك المبحوثين عينة الدراسة في الأندية الرياضية (كا^{2}= ٠,٤٨٣، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٤٨٧).

(ط) توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم الأجهزة التي يمتلكها المبحوثون –أو أسرهم– عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (١٠) توزيع إجابات الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم الأجهزة التي تمتلكها عينة الدراسة.

جدول رقم (١٠)

توزيع إجابات الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم الأجهزة التي يمتلكها المبحوثون أو أسرهم عينة الدراسة

النوع / أهم الأجهزة	الذكور			الإناث			المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%		
هاتف نقال	١٨٠	٨٥,٧	١	١٩١	٩١	١	٣٧١	٨٨,٣	١,٧٢	غير دالة
فيديو	١٧٢	٨١,٩	٢	١٧٩	٨٥,٢	٢	٣٥١	٨٣,٦	٠,٩١	غير دالة
كمبيوتر	١٧٠	٨١	٣	١٦٣	٧٧,٦	٤	٣٣٣	٧٩,٣	٠,٨٦	غير دالة
غسالة ملابس أوتوماتيك	١٥٥	٧٣,٨	٤	١٦٩	٨٠,٥	٣	٣٢٤	٧٧,١	١,٦٤	غير دالة
ديب فريزر	١٢٥	٥٩,٥	٥	١٢٢	٥٨,١	٦	٢٤٧	٥٨,٨	٠,٢٩	غير دالة
سيارة	١١٥	٥٤,٨	٦	١٣١	٦٢,٤	٥	٢٤٦	٥٨,٦	١,٥٨	غير دالة
كاميرا فيديو	١٠٩	٥١,٩	٧	١٠٥	٥٠	٧	٢١٤	٥١	٠,٣٩	غير دالة
تكييف	٩٧	٤٦,٢	٨	٩٦	٤٥,٧	٨	١٩٣	٤٦	٠,١٠	غير دالة
غسالة أطباق	٧٠	٣٣,٣	٩	٧٦	٣٦,٢	٩	١٤٦	٣٤,٨	٠,٦٢	غير دالة
كمبيوتر محمول	٦٥	٣١	١٠	٦١	٢٩	١١	١٢٦	٣٠	٠,٤٥	غير دالة
ميكروويف	٤٩	٢٣,٣	١١	٦٩	٣٢,٩	١٠	١١٨	٢٨,١	٢,١٩	دالة
جملة من سئلوا	٢١٠			٢١٠			٤٢٠			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- **أن أهم الأجهزة التي يمتلكها أفراد الرأي العام عينة الدراسة هي:** الهاتف النقال (٨٨,٣%)، الفيديو (٨٣,٦%)، الكمبيوتر (٧١,٣%)، غسالة ملابس اوتوماتيك (٧٧,١%)، ديب فريزر (٥٨,٨%)، سيارة

(٥٨,٦%)، كاميرا الفيديو (٥١%)، التكييف (٤٦%)، غسالة الأطباق (٣٤,٨%)، كمبيوتر محمول (٣٠%)، والميكروويف (٢٨,١%).

- **أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث عينة الدراسة في امتلاك الميكروويف** (٢٣,٣%، ٣٢,٩%)، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,١٩) وهي أعلى من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا^{2}** وجود علاقة بين النوع وامتلاك الميكروويف (كا^{2}= ٤,٧١٤، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٠٣٠).
- **أظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث عينة الدراسة في امتلاك بقية الأجهزة كالآتي:** الفيديو (كا^{2}= ٠,٨٥٠، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٣٥٧)، **كاميرا الفيديو** (كا^{2}= ٠,١٥٢، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٦٩٦)، **الكمبيوتر** (كا^{2}= ٠,٧١٠، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٣٩٩)، **الكمبيوتر المحمول** (كا^{2}= ٠,١٨١، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٦٧٠)، **ديب فريزر** (كا^{2}= ٠,٠٨٨، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٧٦٦)، **غسالة ملابس أوتوماتيك** (كا^{2}= ٢,٦٤٧، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,١٠٤)، **هاتف نقال** (كا^{2}= ٢,٧٩٦، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٠٩٥)، **السيارة** (كا^{2}= ٢,٥١٢، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,١١٣)، **التكييف** (كا^{2}= ٠,٠١٠، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٩٢٢)، **وغسالة أطباق** (كا^{2}= ٠,٣٧٨، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٥٣٩).

(ى) توزيع العينة طبقاً للنوع ومدى الاشتراك في القنوات الفضائية المشفرة:

يوضح الجدول التالي رقم (١١) توزيع أفراد الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى الاشتراك في القنوات الفضائية المشفرة.

جدول رقم (١١)

توزيع أفراد الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى الاشتراك في القنوات الفضائية المشفرة

النوع / مدى الاشتراك في القنوات المشفرة	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
نعم	١٣٢	٦٢,٩	١٢٣	٥٨,٦	٢٥٥	٦٠,٧	٠,٩٠	غير دالة
لا	٧٨	٣٧,١	٨٧	٤١,٤	١٦٥	٣٩,٣	٠,٩٠	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٤٢٠	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- **يشترك** (٦٠,٧%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة في القنوات الفضائية المشفرة، **وتتقارب نسبة** الذكور والإناث (٦٢,٩%، ٥٨,٦%)،

فالفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٩٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).

- **ولا يشترك (٣٩,٣%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة في القنوات** الفضائية المشفرة، وتتقارب نسبة الذكور والإناث (٣٧,١%، ٤١,٤%)، فالفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٩٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا^{2}** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع ومدى اشتراك أفراد الرأي العام عينة الدراسة في القنوات الفضائية المشفرة (كا^{2}= ٠,٨٠٩، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٣٦٩)

(ك) توزيع العينة طبقاً للنوع وأهم القنوات الفضائية المشفرة التي يشترك بها المبحوثون عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (١٢) توزيع إجابات الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم القنوات الفضائية المشفرة التي يشتركون بها.

جدول رقم (١٢)

توزيع إجابات الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم القنوات الفضائية المشفرة التي يشتركون بها

النوع / أهم القنوات المشفرة	الذكور			الإناث			المجموع			قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت		
ART	٩٦	٧٢,٧	١	٨٩	٧٢,٤	١	١٨٥	٧٢,٥	١	٠,٠٥	غير دالة
Orbit	٦٠	٤٥,٥	٢	٦٢	٥٠,٤	٢	١٢٢	٤٧,٨	٢	٠,٧٨	غير دالة
Showtime	٤٨	٣٦,٤	٣	٤٩	٣٩,٨	٣	٩٧	٣٨	٣	٠,٥٦	غير دالة
جملة من سئلوا	١٣٢			١٢٣			٢٥٥				

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- **أهم القنوات الفضائية المشفرة التي يشترك بها أفراد الرأي العام عينة الدراسة - بالترتيب - هي:** ART (٧٢,٥%)، Orbit (٤٧,٨%)، و Show Time (٣٨%).
- **وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث طبقاً للقنوات الفضائية المشفرة التي يشتركون بها على النحو الآتي:**
  - **تتقارب** نسبة الذكور والإناث في اشتراكهم في شبكة **ART** (٧٢,٧%، ٧٢,٤%)، فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z

المحسوبة (٠,٠٥) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع واشتراك المبحوثين عينة الدراسة في شبكة ART (كا٢= ٠,٥٦٥، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٤٥٢).

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث في اشتراكهم في **شبكة Oribt** (٤٥,٥%، ٥٠,٤%)، فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٧٨) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع واشتراك المبحوثين عينة الدراسة في شبكة Oribt (كا٢= ٠,٦٢٦، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٤٢٩).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث في اشتراكهم في **شبكة ShowTime** (٣٦,٤%، ٣٩,٨%)، فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٥٦) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع واشتراك المبحوثين عينة الدراسة في شبكة ShowTime (كا٢= ٠,٣٢٦، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٥٦٨).

(ل) توزيع العينة طبقاً للنوع ونوع ملكية المسكن:

يوضح الجدول التالي رقم (١٣) توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع ونوع ملكية المسكن.

جدول رقم (١٣)

توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع ونوع ملكية المسكن

النوع / نوع ملكية المسكن	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
تمليك	١٠٩	٥١,٩	١٠٠	٤٧,٦	٢٠٩	٤٩,٨	٠,٨٨	غير دالة
إيجار قديم	٨٢	٣٩	٩١	٤٣,٣	١٧٣	٤١,٢	٠,٩٠	غير دالة
إيجار جديد	١٩	٩	١٩	٩	٣٨	٩	٠,٠٠	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٤٢٠	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- **أهم أنواع ملكية المسكن لدى المبحوثين عينة الدراسة – بالترتيب – هي**: تمليك (٤٩,٨%)، إيجار قديم (٤١,٢%)، وإيجار جديد (٩%).

- **وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث طبقاً لنوع ملكية المسكن على النحو التالي:**

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث عينة الدراسة الذين يسكنون في **منزل تمليك** (٥١,٩%، ٤٧,٦%)، فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٨٨) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث عينة الدراسة الذين يسكنون في **منزل إيجار قديم** (٣٩%، ٤٣,٣%) فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٩٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **تتساوى** نسبة الذكور والإناث عينة الدراسة الذين يسكنون في **منزل إيجار جديد** (٩%، ٩%)، فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٠٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا**^{2} وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع ونوعية ملكية مسكن المبحوثين عينة الدراسة (كا^{2}= ٠,٨٥٦، درجة الحرية= ٢، مستوى المعنوية= ٠,٦٥٢).

(م) توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع ونوع المسكن:

يوضح الجدول التالي رقم (١٤) توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع ونوع المسكن.

جدول رقم (١٤)

توزيع الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع ونوع المسكن

النوع / نوع السكن	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
شقة	١٩٧	٩٣,٨	٢٠٢	٩٦,٢	٣٩٩	٩٥	١,١٣	غير دالة
فيلا	١٢	٥,٧	٨	٣,٨	٢٠	٤,٨	٠,٩٢	غير دالة
حجرة واحدة	١	٠,٥	–	–	١	٠,٢	لصالح الذكور فقط	
المجموع	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٤٢٠	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- **تتوزع نوعية المساكن على المبحوثين عينة الدراسة كالآتي:** شقة (٩٥%)، فيلا (٤%)، وحجرة واحدة (٠,٢%).
- **أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث عينة الدراسة على النحو التالي:**

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث عينة الدراسة الذين يسكنون في **شقة** (٩٣,٨%، ٩٦,٢%)، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,١٣) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث عينة الدراسة الذين يسكنون في **فيلا** (٥,٧%، ٣,٨%)، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٩٢)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).

- **يقتصر** ورود **حجرة واحدة** على الذكور عينة الدراسة بنسبة (٠,٢%).

وأكد استخدام اختبار كا٢ وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع ونوع المسكن (كا٢= ١,٨٦٣، درجة الحرية= ٢، مستوى المعنوية= ٠,٣٩٤).

تاسعاً: صعوبات الدراسة:

- صعوبة إجراء الدراسة الميدانية في **الشوارع**، نظرا لعدم اقتناع معظم المبحوثين بأهمية البحث العلمي وتخوفهم من الإجابة على الأسئلة ذات الطابع السياسي، بالإضافة لعدم وجود الأماكن الملائمة لإجراء المقابلة، مما كان يستلزم من المؤلفة جهدا مضاعفا لإقناع المبحوثين بأهمية التعاون من أجل إجراء الدراسة.
- وجود مشكلة مركبة تمثلت في عدم رغبة المبحوثين في استكمال الأسئلة نظرا لقلة الوعي لديهم بأهمية الإجابة علي كافة أسئلة الاستقصاء، بالإضافة الي ظهور مشكلة "**تحيز الهيبة**" حيث يفضل بعض المبحوثين أن يجيبوا على كل الأسئلة حتى لو كانوا لا يعرفون بعضها لإعطاء صورة إيجابية عن أنفسهم.
- عدم انتشار ملكية أجهزة استقبال القنوات الفضائية من ناحية، وعدم مشاهدة نشرات الأخبار من ناحية أخرى بين المبحوثين من المستوي الاقتصادي الاجتماعي المنخفض.
- صعوبات سحب **عينه عمدية**، حيث تعتمد البحوث التي تستخدم أسلوب العينات علي أطر جاهزة لسحب العينة مثل: تعدادات السكان، ودليل التليفون وقوائم حائزي أجهزة الاستقبال، مما دفع المؤلفة إلى سحب العينة بشكل متساوي من كل حي من خلال سؤال المبحوثين الذين تتوافر فيهم عدة متغيرات منها: السن من سن ٢٠-٣٥ سنة، من سن ٣٥-٥٠ سنة، ومن سن ٥٠ سنة فأكثر، المستويات الاقتصادية الاجتماعية الثلاث، النوع، والمستويات التعليمية المختلفة.

- **تشتت مجتمع الدراسة** من حيث تواجد وحداته في مناطق جغرافية متباعدة، مما يكلف الباحث المزيد من الوقت والجهد، وكان ذلك أمرا بارزا في إحياء المستوي الاقتصادي الاجتماعي المنخفض.
- صعوبة التسجيل لنشرات الأخبار عينة الدراسة مما استلزم التواجد المستمر للمؤلفة خلال مواعيد النشرات وتوفير أكثر من جهاز لاستقبال القنوات الفضائية (ديكودر) وأكثر من جهاز فيديو لتسجيلها، بالإضافة إلى توفير جهازي ديكودر وفيديو كاحتياطي للاستخدام عند إصابة هذه الأجهزة بعطل، وهو ما حدث أكثر من مرة بالفعل.

عاشراً: حدود الدراسة وما تثيره من دراسات مستقبلية:

ركزت هذه الدراسة علي "**دور نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات الرأي العام نحو القضايا المصرية والعربية والدولية**"، ولما كان من الطبيعي ان يقف كل بحث علمي عند حدود معينة، حيث أن الباحث الفرد لا يستطيع ان يحيط في بحثه بكل المتغيرات والعوامل المختلفة، فان هذه الدراسة بقدر ما تنتهي إليه من نتائج ومقترحات، **فإنها تثير بعض الموضوعات التي تصلح كبحوث مستقبلية ومنها:**

- دور نشرات الأخبار في القنوات الفضائية الغربية في ترتيب أولويات **الرأي العام المصري** نحو القضايا المصرية والعربية والدولية.
- دور نشرات الأخبار في القنوات العربية والغربية في ترتيب أولويات **الرأي العام العربي** نحو القضايا العربية والدولية.
- إجراء دراسة ميدانية علي القائم بالاتصال في القنوات الفضائية المصرية والعربية للتعرف على العوامل التي تتحكم في صناعة الأخبار علي المستوي العربي.
- إجراء دراسة ميدانية علي القائم بالاتصال في المجال الإخباري في القنوات الفضائية المصرية والعربية لرصد احتياجاتهم الإعلامية والتدريبية واهم المشكلات التي تواجههم.
- إجراء دراسة مسحية مقارنة حول طبيعة الخدمة الإخبارية في كل من القنوات الفضائية العامة والإخبارية المتخصصة، ودورها في تنمية المعرفة السياسية لدي المبحوثين.

الفصل السادس

مصادر الأخبار لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة

١- المصادر الإخبارية الرئيسية التي يستقي منها الرأي العام المصري عينة الدراسة معلوماته حول القضايا المختلفة:

يوضح الجدول التالي رقم (١٥) توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع والمصادر الإخبارية الرئيسية التي تستقي منها معلوماتها حول القضايا المصرية والعربية والدولية.

جدول رقم (١٥)
توزيع إجابات الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع والمصادر الإخبارية الرئيسية التي تستقي منها معلوماتها حول القضايا المصرية والعربية والدولية

النوع / المصادر الإخبارية	الذكور			الإناث			المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%		
القنوات الفضائية العربية	٢١٠	١٠٠	١	٢١٠	١٠٠	١	٤٢٠	١٠٠	٠,٠٠	غير دالة
التليفزيون المصري	١٥٦	٧٤,٣	٢	١٥١	٧١,٩	٢	٣٠٧	٧٣,١	٠,٥٥	غير دالة
الإنترنت	١٣٤	٦٣,٨	٣	١٣٣	٦٣,٣	٣	٢٦٧	٦٣,٦	٠,١١	غير دالة
الصحف المصرية	١٠٤	٤٩,٥	٤	٩٦	٤٥,٧	٤	٢٠٠	٤٧,٦	٠,٧٨	غير دالة
القنوات الفضائية الأجنبية	٧٥	٣٥,٧	٥	٦٢	٢٩,٥	٥	١٣٧	٣٢,٦	١,٣٦	غير دالة
الإذاعات المصرية	٥٧	٢٧,١	٦	٥٨	٢٧,٦	٦	١١٥	٢٧,٤	٠,١١	غير دالة
الإذاعات العربية	٤٣	٢٠,٥	٧	٤٥	٢١,٤	٧	٨٨	٢١	٠,٢٣	غير دالة
الصحف العربية	٤١	١٩,٥	٨	٤٢	٢٠	٨	٨٣	١٩,٨	١,١٣	غير دالة
الإذاعات الأجنبية	٣٢	١٥,٢	٩	٣٨	١٨,١	٩	٧٠	١٦,٧	٠,٨٠	غير دالة
الصحف الأجنبية	١٨	٨,٦	١٠	٢٠	٩,٥	١٠	٣٨	٩	٠,٣٢	غير دالة
جملة من سئلوا	٢١٠			٢١٠			٤٢٠			

تدل بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها:

- **أوضحت النتائج العامة أن أهم المصادر الإخبارية التي يستقي منها الرأي العام المصري عينة الدراسة معلوماته حول القضايا المصرية والعربية والدولية مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات هي:** القنوات الفضائية العربية (١٠٠%)، التليفزيون المصري (٧٣,١%)، شبكة المعلومات الدولية Internet (٦٣,٦%)، الصحف المصرية (٤٧,٦%)، القنوات الفضائية الأجنبية (٣٢,٦%)، الإذاعات المصرية (٢٧,٤%)، الإذاعات العربية (٢١%)، الصحف العربية (١٩,٨%)، الإذاعات الأجنبية (١٦,٧%)، والصحف الأجنبية (٩%)، ويتفق ذلك مع سمة العصر من تراجع الاهتمام بعادة القراءة وتنامي واضح في الاعتماد على الوسائل السمعبصرية والإنترنت.
- **وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث عينة الدراسة في تحديدهم لهذه المصادر الإخبارية، حيث جاءت جميع قيم Z المحسوبة – كما بالجدول – أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).**
- كما أوضحت هذه النتائج وجود اتفاق تام بين ترتيب الذكور والإناث **لمصادرهم الإخبارية**، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب سبيرمان واحد صحيح.

٢- الوزن النسبي للمصادر الإخبارية الثلاثة الأولى في أوقات الأزمات:

يوضح الجدول التالي رقم (١٦) توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم ثلاث مصادر تستقي منها معلوماتها حول القضايا المصرية والعربية والدولية.

جدول رقم (١٦)

توزيع إجابات الرأي العام عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم ثلاث مصادر يستقي منها معلوماته حول القضايا المصرية والعربية والدولية

نوع القضايا	الترتيب / المصادر	الترتيب الأول	الترتيب الثاني	الترتيب الثالث	الوزن المرجح	
					النقاط	الوزن المئوي
القضايا المصرية	القنوات الفضائية العربية	١٩٧	٨٠	٣٠	٧٨١	٣٦,٨٧
	الإنترنت	٥٤	٦١	٩١	٣٧٥	١٧,٧٠
	التليفزيون المصري	٨٢	٥٩	٧٠	٤٣٤	٢٠,٤٩
	الصحف والمجلات المصرية	٢٣	٧٩	٦٧	٢٩٤	١٣,٨٨
	القنوات الفضائية الأجنبية	١٠	١٤	١٥	٧٣	٣,٤٤
	الإذاعات المصرية	٢	٩	٣٠	٥٤	٢,٥٤
	الإذاعات العربية	–	٨	١٧	٣٣	١,٥٥
	الصحف والمجلات العربية	١	١١	١٤	٣٩	١,٨٤
	الإذاعات الأجنبية	٢	٦	١٠	٢٨	١,٣٢
	الصحف والمجلات الأجنبية	–	٢	٣	٧	٠,٣٣
	مجموع الأوزان المرجحة للقضايا المصرية	٢١١٨				
القضايا العربية	القنوات الفضائية العربية	٢٠٥	١٠٨	٣٠	٨٦١	٥٠,٧٣
	الإنترنت	٤٥	٦٢	٨٩	٣٤٨	٢٠,٥٠
	التليفزيون المصري	٣٢	–	١٩	١١٥	٦,٧٧
	الصحف والمجلات المصرية	١٢	٣٩	٣٧	١٥١	٨,٨٩
	القنوات الفضائية المصرية	١٠	١٩	١٥	٧٣	٤,٣٠
	الإذاعات المصرية	١	٢	١٠	١٧	١,٠٠
	الإذاعات العربية	–	١٣	٢١	٤٧	٢,٧٦
	الصحف والمجلات العربية	١	١٢	١٣	٤٠	٢,٣٥
	الإذاعات الأجنبية	٢	٥	١٠	٣٦	٢,١٢
	الصحف والمجلات الأجنبية	–	٣	٣	٩	٠,٥٣
	مجموع الأوزان المرجحة للقضايا العربية	١٦٩٧				
القضايا الدولية	القنوات الفضائية العربية	١٢٧	٤٩	١٩	٤٩٨	٣٥,٧٥
	الإنترنت	٥٧	٦٩	١٠٥	٤١٤	٢٩,٧٢
	التليفزيون المصري	٣٤	١٨	١٣	١٥١	١٠,٨٣
	الصحف والمجلات المصرية	١٠	٣١	٣٢	١٢٤	٨,٩٠
	القنوات الفضائية الأجنبية	١١	٣١	٢٤	١١٩	٨,٥٤
	الإذاعات المصرية	–	٢	٩	١٣	٠,٩٣
	الإذاعات العربية	–	٣	١٤	٢٠	١,٤٣
	الصحف والمجلات العربية	١	٥	٥	١٨	١,٢٩
	الإذاعات الأجنبية	٣	٤	١٠	٢٧	١,٩٣
	الصحف والمجلات الأجنبية	–	٣	٣	٩	٠,٦٤
	مجموع الأوزان المرجحة للقضايا الدولية	١٣٩٣				

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- **أن أهم المصادر الإخبارية التي يعتمد عليها الرأي العام المصري عينة الدراسة للحصول على معلومات حول القضايا المصرية – بالترتيب – هي:** القنوات الفضائية العربية بوزن مئوي (٣٦,٨٧%)، الإنترنت بوزن مئوي (١٧,٧٠%)، التليفزيون المصري بوزن مئوي (٢٠,٤٩%)، الصحف والمجلات المصرية بوزن مئوي (١٣,٨٨%)، القنوات الفضائية الأجنبية بوزن مئوي (٣,٤٤%)، الإذاعات المصرية بوزن مئوي (٢,٥٤%)، الإذاعات العربية بوزن مئوي (١,٥٥%)، الصحف والمجلات العربية بوزن مئوي (١,٨٤%)،الإذاعات الأجنبية بوزن مئوي (١,٣٢%)، والصحف والمجلات الأجنبية بوزن مئوي (٠,٣٣%)، وقد فسر بعض أفراد الرأي العام ذلك بتراجع مصداقية وسائل الإعلام المصرية لديهم في الحصول على معلومات حول القضايا المصرية.
- **أن أهم المصادر الإخبارية التي يعتمد عليها الرأي العام المصري عينة الدراسة للحصول على معلومات حول القضايا العربية – بالترتيب – هي:** القنوات الفضائية العربية بوزن مئوي (٥٠,٧٣%)، الإنترنت بوزن مئوي (٢٠,٥%)، الصحف والمجلات المصرية بوزن مئوي (٨,٨٩%)، التليفزيون المصري بوزن مئوي (٦,٧٧%)، القنوات الفضائية المصرية بوزن مئوي (٤,٣٠%)، الإذاعات المصرية بوزن مئوي (١,٠٠%)، الإذاعات العربية بوزن مئوي (٢,٧٦%)، الصحف والمجلات العربية بوزن مئوي (٢,٣٥%)، الإذاعات الأجنبية بوزن مئوي (٢,١٢%)، والصحف والمجلات الأجنبية بوزن مئوي (٠,٥٣%).
- **أن أهم المصادر الإخبارية التي يعتمد عليها الرأي العام المصري عينة الدراسة للحصول على معلومات حول القضايا الدولية – بالترتيب – هي:** القنوات الفضائية العربية بوزن مئوي (٣٥,٧٥%)، الإنترنت بوزن مئوي (٢٩,٧٢%)، الصحف والمجلات المصرية بوزن مئوي (٨,٩٠%)، التليفزيون المصري بوزن مئوي (١٠,٨٣%)، القنوات الفضائية الأجنبية بوزن مئوي (٨,٥٤%)، الإذاعات المصرية بوزن مئوي (٠,٩٣%)، الإذاعات العربية بوزن مئوي (١,٤٣%)، الصحف والمجلات العربية بوزن مئوي (١,٢٩%)، الإذاعات الأجنبية بوزن مئوي (١,٩٣%)، والصحف والمجلات الأجنبية بوزن مئوي (٠,٦٤%).

٣- أسباب الاعتماد على المصادر الثلاثة الأولى في وقت الأزمات:

يوضح الجدول التالي رقم (١٧) توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأسباب الاعتماد على المصادر الإخبارية الثلاثة الأولى وقت الازمات.

جدول رقم (١٧)
توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأسباب الاعتماد على المصادر الإخبارية الثلاثة الأولى وقت الازمات

النوع / أسباب الاعتماد	الذكور			الإناث			المجموع			قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت		
الفورية	١٣٢	٦٢,٩	١	١٣١	٦٢,٤	١	٢٦٣	٦٢,٦	١	٠,١١	غير دالة
المصداقية	١٣٠	٦١,٩	٢	١٢٧	٦٠,٥	٢	٢٥٧	٦١,٢	٢	٠,٢٩	غير دالة
الإنفراد بالمعلومات	١٠١	٤٨,١	٤	١١٥	٥٤,٨	٣	٢١٦	٥١,٤	٣	١,٣٧	غير دالة
الجرأة	١٠٧	٥١	٣	١٠٠	٤٧,٦	٤	٢٠٧	٤٩,٣	٤	٠,٧٠	غير دالة
البث عبر الأقمار الصناعية	٥٨	٢٧,٦	٥	٦٨	٣٢,٤	٥	١٢٦	٣٠	٥	١,٠٧	غير دالة
التوازن	٤٤	٢١	٧	٤٤	٢١	٦	٨٨	٢١	٦	٠,٠٠	غير دالة
المادة الفيلمية	٤٥	٢١,٤	٦	٢٨	١٣,٣	٧	٧٣	١٧,٤	٧	٢,٣٠	دالة
جملة من سئلوا	٢١٠			٢١٠			٤٢٠				

تدل بيانات الجدول التالي على عدة نتائج من أهمها:

- **أوضحت النتائج العامة أن أسباب اعتماد الرأي العام المصري عينة الدراسة على المصادر الإخبارية الثلاثة الأولى التي وردت بالجدول السابق – مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات – هي:** تقديم تغطية فورية للأحداث من مواقعها (٦٢,٦%)، ارتفاع درجة مصداقيتها وموضوعيتها في تقديم الأخبار (٦١,٢%)، الانفراد بعرض المعلومات والحقائق والأخبار التي لا تعرض في المصادر الإخبارية الأخرى (٥١,٤%)، الجرأة في تناول القضايا المصرية والعربية والدولية (٤٩,٣%)، استخدام البث عبر الأقمار الصناعية في نقل أحدث التطورات (٣٠%)، التوازن في عرض مختلف جوانب الخبر (٢١%)، واستخدام المادة الفيلمية بشكل يوضح تطورات الأحداث المختلفة (١٧,٤%).
- **أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث عينة الدراسة في تحديدهم لأسباب الاعتماد على المصادر الإخبارية الثلاثة على النحو الآتي:**

• **تزيد** نسبة الذكور مقابل الإناث الذين ذكروا استخدام **المادة الفيلمية** لتوضيح تطورات الأحداث المختلفة (٢١,٤%، ١٣,٣%)، فالفارق دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٣٠)، وهي قيمة أكبر من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً

بمستوى ثقة (٩٥%)، كما **أكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع والاعتماد على المصادر الإخبارية بسبب مصاحبة مواد فيلمية لها (كا٢= ٤,٧٩٢، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٠٢٩).

- **وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث عينة الدراسة في تحديدهم لعدة أسباب للاعتماد على المصادر الإخبارية الثلاث على النحو التالي:**

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث في ذكرهم **للمصداقية** كسبب من أسباب الاعتماد على المصادر الإخبارية الثلاث (٦١,٩%، ٦٠,٥%)، فالفارق النسبي غير دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٢٩) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع والاعتماد على المصادر الإخبارية بسبب مصداقيتها (كا٢= ٠,٩٠، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٧٦٤).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث في ذكرهم **للفورية** كسبب من أسباب الاعتماد على المصادر الإخبارية الثلاث (٦٢,٩%، ٦٢,٤%)، فالفارق النسبي غير دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,١١) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع والاعتماد على المصادر الإخبارية بسبب توافر عامل الفورية في نقل الأحداث (كا٢= ٠,٠١٠، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٩٢٠).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث في ذكرهم **للانفراد بالمعلومات** كسبب من أسباب الاعتماد على المصادر الإخبارية الثلاث (٤٨,١%، ٥٤,٨%)، فالفارق النسبي غير دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٣٧) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع والاعتماد على المصادر الإخبارية بسبب الانفراد بعرض بعض المعلومات (كا٢= ١,٨٦٨، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,١٧٢).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث في ذكرهم **للجرأة في الطرح** كسبب من أسباب الاعتماد على المصادر الإخبارية الثلاث (٥١%، ٤٧,٦%)، فالفارق النسبي غير دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة

(٠,٧٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع والاعتماد على المصادر الإخبارية بسبب توافر عامل الجرأة في الطرح والتناول الإخباري بها (كا٢= ٠,٤٦٧، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٤٩٤).

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث في ذكرهم **لبث الأحداث المختلفة على الهواء مباشرة عبر الأقمار الصناعية** كسبب من أسباب الاعتماد على المصادر الإخبارية الثلاث (٢٧,٦%، ٣٢,٤%)، والفارق النسبي غير دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٠٧) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%) **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع والاعتماد على المصادر الإخبارية بسبب استفادتها من مزايا البث عبر الأقمار الصناعية (كا٢= ٤,٧٩٢، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٢٢٩).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث في ذكرهم **للتوازن في الطرح** كسبب من أسباب الاعتماد على المصادر الإخبارية الثلاث (٢١%، ٢١%)، حيث لا توجد فروق إحصائية إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٠٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع والاعتماد على المصادر الإخبارية بسبب توافر عامل التوازن في طرح القضايا المختلفة بها (كا٢= ٠,٠٠، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ١,٠٠).



الفصل السابع

عادات وأنماط مشاهدة نشرات الأخبار في الفضائيات لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة

١- مشاهدة القنوات الفضائية العربية:

يوضح الجدول التالي رقم (١٨) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومشاهدة القنوات الفضائية.

جدول رقم (١٨)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع ومشاهدة القنوات الفضائية

النوع / معدلات المشاهدة	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
دائماً	٧٧	٣٦,٧	٧٥	٣٥,٧	١٥٢	٣٦,٢	٠,٢١	غير دالة
أحياناً	١٢٠	٥٧,١	١١٦	٥٥,٢	٢٣٦	٥٦,٢	٠,٣٩	غير دالة
نادراً	١٣	٦,٢	١٩	٩	٣٢	٧,٦	١,٠٨	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٤٢٠	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- **يشاهد** القنوات الفضائية العربية **بصفة منتظمة** (٣٦,٢%) من الرأي العام عينة الدراسة، **وتتقارب** في ذلك نسبة الذكور والإناث (٣٦,٧%، ٣٥,٧%)، فالفارق غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٢١)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **ويشاهد** القنوات الفضائية العربية **أحياناً** (٥٦,٢%) من الرأي العام عينة الدراسة، **وتتقارب** في ذلك نسبة الذكور والإناث (٥٧,١%، ٥٥,٢%)، فالفارق غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٣٩)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **ويشاهد** القنوات الفضائية العربية **نادراً** (٧,٦%) من الرأي العام عينة الدراسة، **وتتقارب** في ذلك نسبة الذكور والإناث (٦,٢%، ٩%) فالفارق غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٠٨)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).

- كما **أكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع ومعـدلات مشاهدة القنوات الفضائية العربية (كا٢= ١,٢١٩، درجـة الحريـة= ٢، مستوى المعنوية= ٠,٥٤٤).

٢- مدى مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية:

يوضح الجدول التالي رقم (١٩) توزيع الرأي العام المصري عينـة الدراسة طبقاً للنوع ومدى مشاهدة نشرات الأخبار في القنـوات الفضـائية العربية.

جدول رقم (١٩)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية

النوع / معدلات المشاهدة	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
دائماً	٥٨	٢٧,٦	٤٤	٢١	١٠٢	٢٤,٣	١,٥٨	غير دالة
أحياناً	١٢٥	٥٩,٥	١٢٩	٦١,٤	٢٥٤	٦٠,٥	٠,٤٠	غير دالة
نادراً	٢٧	١٢,٩	٣٧	١٧,٦	٦٤	١٥,٢	١,٣٤	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٤٢٠	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- **يشاهد** (٢٤,٣%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية **بصفة منتظمة**، وتتقارب نسبة الذكور والإناث (٢٧,٦%، ٢١%)، فالفارق النسبي غير دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٥٨) وهي أقل من القيمـة الجدوليـة (١,٩٦) المنبئـة بوجود فروق بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **يشاهد** (٦٠,٥%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية **أحيانـاً**، وتتقـارب نسـبة الـذكور والإنـاث (٥٩,٥%، ٦١,٤%)، فالفارق النسبي غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٤٠) وهي أقل من القيمـة الجدوليـة (١,٩٦) المنبئـة بوجود فروق بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **ويشاهد** (١٥,٢%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة نشرات الأخبـار في القنوات الفضائية العربية **نادراً**، وتتقارب نسـبة الـذكور والإنـاث (١٢,٩%، ١٧,٦%)، فالفارق النسبي غير دال إحصائياً، حيـث بلغـت قيمة Z المحسوبة (١,٣٤) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع ومدى مشاهدة نشرات الأخبار فـي القنوات الفضائية العربية (كا٢= ٣,٥٤٧، درجة الحريـة= ٢، مسـتوى المعنوية= ٠,١٧٠).

٣- أهم أسباب مشاهدة الرأي العام المصري عينة الدراسة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية:

يوضح الجدول التالي رقم (٢٠) توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً لبعض العبارات المتعلقة بنشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (٢٠)

توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وبعض العبارات حول نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية

درجات الموافقة / العبارات	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%			
مراسلون محترفون	٣٣٧	٨٠,٢	٦٦	١٥,٧	١٧	٤	٢,٧٦	٠,٥١٣	٩٢
تتميز بالفورية	٣١٨	٧٥,٧	٨٠	١٩	٢٢	٥,٢	٢,٧٠	٠,٥٦٠	٩٠
لديها قراء نشرة متميزين	٣٠٩	٧٣,٦	٩١	٢١,٧	٢٠	٤,٨	٢,٦٩	٠,٥٥٧	٨٩,٧
تعرض وجهات النظر المتعددة	٢٨٤	٦٧,٦	١٠٧	٢٥,٥	٢٩	٦,٩	٢,٦١	٠,٦١٤	٨٧
تركز على الأخبار الرسمية	٢٤٠	٥٧,١	١٣٧	٣٢,٦	٤٣	١٠,٢	٢,٤٧	٠,٦٧٤	٨٢,٣
تركز على الحدث الأكثر أهمية	٢٤٤	٥٨,١	١٢٥	٢٩,٨	٥١	١٢,١	٢,٤٦	٠,٧٠٢	٨٢
تغطي الحدث بسرعة	٢٣٤	٥٥,٧	١٣٨	٣٢,٩	٤٨	١١,٤	٢,٤٤	٠.٦٩٠	٨١,٣
تفصل بين الخبر والرأي	٢٢٨	٥٤,٣	١٤٥	٣٤,٥	٤٧	١١,٢	٢,٤٣	٠,٦٨٦	٨١
تلبي الاحتياجات	١٨٣	٤٣,٦	١٧٤	٤١,٤	٦٣	١٥	٢,٢٩	٠,٧١١	٧٦,٣
المصداقية	١٦٩	٤٠,٢	١٨٨	٤٤,٨	٦٣	١٥	٢,٢٥	٠,٧٠٠	٧٥
لا تقدم أخبار سلبية	١٨٤	٤٣,٨	١٣٩	٣٣,١	٩٧	٢٣,١	٢,٢١	٠,٧٩٢	٧٣,٧
تشوه صورة بعض الدول	١٩٧	٤٦,٩	٩٥	٢٢,٦	١٢٨	٣٠,٥	٢,١٦	٠,٨٦٥	٧٢
تركز على أخبار بعض الدول فقط	١٦٩	٤٠,٢	٨٧	٢٠,٧	١٦٤	٣٩	٢,٠١	٠,٨٩١	٦٧
تركز على الأخبار السلبية	١٨٧	٤٤,٥	١١٠	٢٦,٢	١٢٣	٢٩,٣	١,٨٥	٠,٨٤٧	٦١,٧
لا تقدم مادة مصورة	١٢١	٢٨,٨	١١٢	٢٦,٧	١٨٧	٤٤,٥	١,٨٤	٠,٨٤٣	٦١,٣
جملة من سئلوا	٤٢٠								

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- جاءت عبارة: **أن لدى نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية شبكة واسعة من المراسلين في أهم المواقع الساخنة في العالم** في مقدمة العبارات حول مشاهدة أفراد الرأي العام عينة الدراسة لنشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية **بوزن مئوي (٩٢%)**، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين على هذا السبب (٨٠,٢%)، نسبة المحايدين (١٥,٧%)، ونسبة المعارضين (٤%).
- وجاءت عبارة: **أن نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية تتميز بالفورية ومتابعة الأحداث لحظة بلحظة** في الترتيب الثاني لأسباب مشاهدة أفراد الرأي العام عينة الدراسة لنشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية **بوزن مئوي (٩٠%)**، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين على هذا السبب (٧٥,٧%)، نسبة المحايدين (١٩%)، ونسبة المعارضين (٥,٢%).
- وجاءت عبارة: **أن نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية لديها مجموعة من قراء النشرة المتميزين** في الترتيب الثالث ضمن أسباب مشاهدة أفراد الرأي العام عينة الدراسة لنشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية **بوزن مئوي (٨٩,٧%)**، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين على هذا السبب (٧٣,٦%)، نسبة المحايدين (٢١,٧%)، ونسبة المعارضين (٤,٨%).
- وجاءت عبارة: **أن نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية تعرض وجهات نظر مختلفة حول الحدث** في الترتيب الرابع ضمن أسباب مشاهدة أفراد الرأي العام عينة الدراسة لنشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية **بوزن مئوي (٨٧%)**، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين (٦٧,٦%)، نسبة المحايدين (٢٥,٥%)، ونسبة المعارضين (٦,٩%).
- وجاءت عبارة: **أن نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية تركز على الأخبار الرسمية بشكل كبير** في الترتيب الخامس ضمن أسباب مشاهدة أفراد الرأي العام عينة الدراسة لنشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية **بوزن مئوي (٨٢,٣%)**، حيث بلغت نسبة المبحوثين الموافقين (٥٧,١%)، نسبة المحايدين (٣٢,٦%)، ونسبة المعارضين (١٠,٢%).
- وجاءت عبارة: **إن نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية تركز على الأحداث الأكثر أهمية** في الترتيب السادس ضمن أسباب مشاهدة أفراد الرأي العام عينة الدراسة لنشرات الأخبار في القنوات الفضائية

العربية **بوزن مئوي (٨٢%)**، حيث بلغت نسبة المبحوثين الموافقين (٥٨,١%)، نسبة المحايدين (٢٩,٨%)، ونسبة المعارضين (١٢,١%).

- وجاءت عبارة: **أن نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية تغطي الحدث بسرعة** في الترتيب السابع ضمن أسباب مشاهدة أفراد الرأي العام عينة الدراسة لنشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية **بوزن مئوي (٨١,٣%)**، حيث بلغت نسبة المبحوثين الموافقين (٥٤,٣%)، نسبة المحايدين (٣٤,٥%)، ونسبة المعارضين (١١,٢%).
- وجاءت عبارة: **أن نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية تفصل بين الخبر والرأي** في الترتيب الثامن ضمن أسباب مشاهدة أفراد الرأي العام عينة الدراسة لنشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية **بوزن مئوي (٨١%)**، حيث بلغت نسبة المبحوثين الموافقين (٥٤,٣%)، نسبة المحايدين (٣٤,٥%)، ونسبة المعارضين (١١,٢%).
- جاءت عبارة: **أن نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية تلبي احتياجات الجمهور الإخبارية** في الترتيب التاسع ضمن أسباب مشاهدة أفراد الرأي العام عينة الدراسة لنشرات الأخبار **بوزن مئوي (٧٦,٣%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٤٣,٦%)، نسبة المحايدين (٤١,٤%)، ونسبة المعارضين (١٥%).
- جاءت عبارة: **إن نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية تلبي احتياجات الجمهور الإخبارية** في الترتيب التاسع ضمن أسباب مشاهدة أفراد الرأي العام عينة الدراسة لنشرات الأخبار **بوزن مئوي (٧٦,٣%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٤٣,٦%)، نسبة المحايدين (٤١,٤%)، ونسبة المعارضين (١٥%).
- وجاءت عبارة: **إن نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية درجة مصداقيتها مرتفعة** في الترتيب العاشر ضمن أسباب مشاهدة أفراد الرأي العام عينة الدراسة لنشرات الأخبار **بوزن مئوي (٧٥%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٤٠,٢%)، نسبة المحايدين (٤٤,٨%)، ونسبة المعارضين (١٥%).
- وجاءت عبارة: **أن نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية لا تقدم أخباراً سلبية عن الدول التي تبث منها** في الترتيب الحادي عشر ضمن أسباب مشاهدة أفراد الرأي العام عينة الدراسة لنشرات الأخبار **بوزن مئوي (٧٣,٧%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٤٣,٨%)، ونسبة المحايدين (٣٣,١%)، ونسبة المعارضين (٢٣,١%).

- وجاءت عبارة: **أن نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية تشوه صورة بعض الدول العربية من خلال معالجتها للأخبار** في الترتيب الثاني عشر ضمن أسباب مشاهدة أفراد الرأي العام عينة الدراسة لنشرات الأخبار **بوزن مئوي (٧٢%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٤٦,٩%)، نسبة المحايدين (٢٢,٦%)، ونسبة المعارضين (٣٠,٥%).
- وجاءت عبارة: **أن نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية تركز على أخبار بعض الدول وتهمل أخبار البعض الآخر** في الترتيب الثالث عشر ضمن أسباب مشاهدة أفراد الرأي العام عينة الدراسة للنشرات **بوزن مئوي (٦٧%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٤٠,٢%)، نسبة المحايدين (٢٠,٧%)، ونسبة المعارضين (٣٩%).
- وجاءت عبارة: **أن نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية تركز على الأخبار السلبية وتتجاهل الأخبار الإيجابية** في الترتيب الرابع عشر ضمن أسباب مشاهدة أفراد الرأي العام عينة الدراسة للنشرات **بوزن مئوي (٦١,٧%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٤٤,٥%)، نسبة المحايدين (٢٦,٢%)، ونسبة المعارضين (٢٩,٣%).
- وجاءت عبارة: **أن نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية لاتقدم مادة مصورة مصاحبة للحدث** في الترتيب الخامس عشر ضمن أسباب مشاهدة أفراد الرأي العام عينة الدراسة للنشرات **بوزن مئوي (٦١,٣%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٢٨,٨%)، نسبة المحايدين (٢٦,٧%)، ونسبة المعارضين (٤٤,٥%).
- **وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين النوع ودرجات موافقة الرأي العام المصري عينة الدراسة على جميع العبارات حول مشاهدتهم لنشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية.**

٤- مدى الحرص على مشاهدة نشرات الأخبار في التليفزيون المصري وفي القنوات الفضائية العربية:

يوضح الجدول التالي رقم (٢١) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع والحرص على مشاهدة نشرات الأخبار في التليفزيون المصري والقنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (٢١)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى الحرص على مشاهدة نشرات الأخبار في التليفزيون المصري والقنوات الفضائية العربية

النوع / مشاهدة النشرات	الذكور			الإناث			المجموع			قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت		
في التليفزيون المصري	٤٤	٢١	٣	٣٩	١٨,٦	٣	٨٣	١٩,٨	٣	٠,٦٢	غير دالة
في القنوات الفضائية العربية	١٠٧	٥١	١	١١٢	٥٣,٣	١	٢١٩	٥٢,١	١	٠,٤٧	غير دالة
يستوى الأمر	٥٩	٢٨,١	٢	٥٩	٢٨,١	٢	١١٨	٢٨,١	٢	٠,٠٠	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠		٢١٠	١٠٠		٤٢٠	١٠٠			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- **يحرص على مشاهدة نشرات الأخبار في التليفزيون المصري (١٩,٨%)** من أفراد الرأي العام عينة الدراسة، وتتقارب في ذلك نسبة الذكور والإناث (٢١%، ١٨,٦%)، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٦٢)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- يحرص على مشاهدة نشرات الأخبار في **القنوات الفضائية العربية** (٥٢,١%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة، وتتقارب في ذلك نسبة الذكور والإناث (٥١%، ٥٢,١%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٤٧)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **ويتساوى** في الحرص على مشاهدة نشرات الأخبار في كل من التليفزيون المصري والقنوات الفضائية العربية على حد السواء (٢٨,١%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة، إذ ذكر ذلك (٢٨,١%) من الذكور والإناث عينة الدراسة.
- **وأكد اختبار كا٢ وجود علاقة غير دالة إحصائياً** بين النوع والحرص على مشاهدة نشرات الأخبار في التليفزيون المصري والقنوات الفضائية العربية (كا٢= ٠,٤١٥، درجة الحرية = ٢، مستوى المعنوية= ٠,٨١٢).

٥- مدى وجود فروق بين مستوى نشرات الأخبار في التليفزيون المصري والقنوات الفضائية العربية:

يوضح الجدول التالي رقم (٢٢) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى وجود فروق بين مستوى نشرات الأخبار في التليفزيون المصري والقنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (٢٢)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى وجود فروق بين مستوى نشرات الأخبار في التليفزيون المصري والقنوات الفضائية العربية

النوع / الرأي	الذكور			الإناث			المجموع			قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت		
نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية أفضل	١٦٧	٧٩,٥	١	١٦٠	٧٦,٢	١	٣٢٧	٧٧,٩	١	٠,٨١	غير دالة
لا توجد فروق بين النشرات الإخبارية	٣٣	١٥,٧	٢	٣٠	١٤,٣	٢	٦٣	١٥	٢	٠,٤٠	غير دالة
نشرات الأخبار في التليفزيون المصري أفضل	١٠	٤,٨	٣	٢٠	٩,٥	٣	٣٠	٧,١	٣	١,٨٧	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠		٢١٠	١٠٠		٤٢٠	١٠٠			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- يرى (٧٧,٩%) من الرأي العام عينة الدراسة أن نشرات الأخبار في **القنوات الفضائية العربية** بصفة عامة أفضل من نشرات الأخبار في التليفزيون المصري، وتتقارب نسبة الذكور والإناث القائلين بذلك (٧٩,٥%، ٧٦,٢%)، حيث أن الفارق بينهما غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٨١)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويرى (٧,١%) من الرأي العام عينة الدراسة أن نشرات الأخبار في **التليفزيون المصري** أفضل من نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية، وتتقارب نسبة الذكور والإناث القائلين بذلك (٤,٨%، ٩,٥%)، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٨٧)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويرى (١٥%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة **عدم وجود فروق بين نشرات الأخبار في كل من التليفزيون المصري والقنوات الفضائية**

العربية، إذ تتقارب في ذلك نسبة الذكور والإناث (١٥,٧%، ١٤,٣%)، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٤٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).

- **كما أكد اختبار كا² وجود علاقة غير دالة إحصائياً** بين النوع ورأي أفراد الرأي العام عينة الدراسة حول مدى وجود فروق بين نشرات الأخبار في التليفزيون المصري والقنوات الفضائية (كا²= ٣,٦٢٦، درجة الحرية= ٢، مستوى المعنوية= ٠,١٦٣).

٦- درجات موافقة الرأي العام المصري عينة الدراسة على مقياس مستوى نشرات الأخبار في التليفزيون المصري:

يوضح الجدول التالي رقم (٢٣) توزيع الرأي العام عينة الدراسة المصري طبقاً للنوع ودرجات الموافقة على مقياس مستوى نشرات الأخبار في التليفزيون المصري.

جدول رقم (٢٣)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ودرجات موافقة المبحوثين على مقياس مستوى نشرات الأخبار في التليفزيون المصري

درجات الموافقة / العبارات	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%			
تركز على الأخبار الرسمية	٢٩١	٦٩,٣	٨٨	٢١	٤١	٩,٨	٢,٦٠	٠,٦٦١	٨٦,٧
لديها مذيعين متميزين	٢٣٧	٥٦,٤	١٢٧	٣٠,٢	٥٦	١٣,٣	٢,٤٣	٠,٧١٣	٨١
تركز على الحدث من جميع جوانبه	٢٣٧	٥٦,٤	١٢٢	٢٩	٦١	١٤,٥	٢,٤٢	٠,٧٣٢	٨٠,٧
لديها مراسلين محترفين	١٨٨	٤٤,٨	١٣٩	٣٣,١	٩٣	٢٢,١	٢,٢٣	٠,٧٨٧	٧٤,٣
لا تقدم مواد مصورة مصاحبة للخبر	١٧٨	٤٢,٤	١٣٠	٣١	١١٢	٢٦,٧	٢,١٦	٠,٨١٧	٧٢
تركز على أخبار بعض الدول العربية	١٨٧	٤٤,٥	١٠٨	٢٥,٧	١٢٥	٢٩,٨	٢,١٥	٠,٨٥٠	٧١,٧
تتميز بالفورية	١٤٩	٣٥,٥	١٤٨	٣٥,٢	١٢٣	٢٩,٣	٢,٠٦	٠,٨٠٣	٦٨,٧
تلبي احتياجات الجمهور	١٣٩	٣٣,١	١٤٨	٣٥,٢	١٣٣	٣١,٧	٢,٠١	٠,٨٠٦	٦٧
درجة مصداقيتها مرتفعة	١٢٣	٢٩,٣	١٥٨	٣٧,٦	١٣٩	٣٣,١	١,٩٦	٠,٧٩٠	٦٥,٣
تغطي الحدث من جميع جوانبه	١٢٨	٣٠,٥	١٤٥	٣٤,٥	١٤٧	٣٥	١,٩٥	٠,٨٠٩	٦٥
تركز على الأخبار السلبية	١٢٨	٣٠,٥	١٢٥	٢٩,٨	١٦٧	٣٩,٨	١,٩١	٠,٨٣٤	٦٣,٧
تشوه صورة بعض الدول العربية	١٠٩	٢٦	١٠٢	٢٤,٣	٢٠٩	٤٩,٨	١,٧٦	٠,٨٣٨	٥٨,٧
جملة من سئلوا	٤٢٠								

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- جاءت عبارة: **تركز نشرات أخبار التليفزيون المصري على الأخبار الرسمية بشكل كبير** كأول معيار لقياس مستوى هذه النشرات الأخبارية في التليفزيون المصري لدى الرأي العام عينة الدراسة **بوزن مئوي (٨٦,٧%)**، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين على هذه العبارة (٦٩,٣%)، المحايدين (٢١%)، والمعارضين (٩,٨%).
- جاءت عبارة: **لدى نشرات أخبار التليفزيون المصري مجموعة من مذيعي النشرة المتميزين في** الترتيب الثاني **بوزن مئوي (٨١%)**، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين على هذه العبارة (٥٦,٤%)، المحايدين (٣٠,٢%)، والمعارضين (١٣,٣%).
- جاءت عبارة: **تركز نشرات أخبار التليفزيون المصري على الحدث من جميع جوانبه** لدى عينة الدراسة في الترتيب الثالث بوزن مئوي (٨٠,٧%)، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين على هذه العبارة (٥٦,٤%)، المحايدين (٢٩%)، والمعارضين (١٤,٥%).
- جاءت عبارة: **لديها شبكة واسعة من المراسلين في أهم المواقع الساخنة في العالم** لدى عينة الدراسة في الترتيب الرابع **بوزن مئوي (٧٤,٣%)**، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين على هذه العبارة (٤٤,٨%)، المحايدين (٣٣,١%)، والمعارضين (٢٢,١%).
- جاءت عبارة: **لا تقدم مواد مصورة معبرة وحديثة** لدى عينة الدراسة **بوزن مئوي (٧٢%)**، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين على هذه العبارة (٤٢,٤%)، المحايدين (٣١%)، والمعارضين (٢٦,٧%).
- جاءت عبارة: **تركز على أخبار بعض الدول العربية وتهمل أخبار البعض الآخر بوزن مئوي** (٧١,٧%)، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين على هذه العبارة (٤٤,٥%)، المحايدين (٢٥,٧%)، والمعارضين (٢٩,٨%).
- جاءت عبارة: **تتميز نشرات أخبار التليفزيون المصري بالفورية ومتابعة الأحداث لحظة بلحظة بوزن مئوي** (٦٨,٧%)، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين على هذه العبارة (٣٥,٥%)، المحايدين (٣٥,٢%)، والمعارضين (٢٩,٣%).
- جاءت عبارة: **تلبي احتياجات الجمهور بوزن مئوي (٦٧%)**، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين على هذه العبارة (٣٣,١%)، المحايدين (٣٥,٢%)، والمعارضين (٣١,٧%).

- جاءت عبارة: **درجة مصداقيتها مرتفعة بوزن مئوي (٦٥,٣%)**، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين على هذه العبارة (٢٩,٣%)، المحايـدين (٣٧,٦%)، والمعارضين (٣٣,١%).
- جاءت عبارة: **تغطي الحدث من جميع جوانبه بـوزن مئـوي (٦٥%)**، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين علـى هـذه العبـارة (٣٠,٥%)، المحايدين (٣٤,٥%)، والمعارضين (٣٥%).
- جاءت عبارة: **تركز على الأخبار السلبية وتتجاهل الإيجابية بوزن مئوي (٦٣,٧%)**، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين علـى هـذه العبـارة (٣٠,٥%)، المحايدين (٢٩,٨%)، والمعارضين (٣٩,٨%).
- جاءت عبارة: **تشوه صورة بعض الدول العربية** من خـلال معالجتهـا للأخبار **بوزن مئوي (٥٨,٧%)**، حيث كانت نسبة الموافقين على هـذه العبارة (٢٦%)، المحايدين (٢٤,٣%)، والمعارضين (٤٩,٨%).
- **وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصـائياً بـين النـوع ودرجات الموافقة على مستوى نشرات الأخبار في التليفزيون المصري** في عبارة واحدة فقط من عبارات المقياس وهي: **تركز النشـرات فـي التليفزيون المصري في الأخبار التي تقدمها على الجانب السلبي فقـط وتحديداً في فئة المبحوثين الذين لهم اتجاهات محايدة نحو هذه العبارة**، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٦٧) وهي أعلى من القيمـة الجدوليـة (٢,٥٨) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٩%).

٧- مدى ملاحظة الرأي العام المصري عينـة الدراسـة حـدوث تغييرات في شكل ومضمون نشرات الأخبار في التليفزيون المصري بعد انتشار القنوات الفضائية العربية:

يوضح الجدول التالي رقم (٢٤) توزيع الرأي العام المصري عينـة الدراسة طبقاً للنوع ومدى ملاحظة حدوث تغييرات فـي شـكل ومضـمون نشرات الأخبار في التليفزيون المصري بعد انتشار القنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (٢٤)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى ملاحظة حدوث تغييرات في شكل ومضمون نشرات الأخبار في التليفزيون المصري بعد انتشار القنوات الفضائية العربية

النوع / ملاحظة حدوث تغيير	الذكور			الإناث			المجموع			قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت		
نعم	١٥٤	٧٣,٣	١	١٥٣	٧٢,٩	١	٣٠٧	٧٣,١	١	٠,٠٩	غير دالة
لا	٥٦	٢٦,٧	٢	٥٧	٢٧,١	٢	١١٣	٢٦,٩	٢	٠,٠٩	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠		٢١٠	١٠٠		٤٢٠	١٠٠			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- **لاحظ** (٧٣,١%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة حدوث تغييرات في شكل ومضمون نشرات الأخبار في التليفزيون المصري بعد انتشار القنوات الفضائية العربية، **وتتقارب نسبة** الذكور والإناث القائلين بذلك (٧٣,٣%، ٧٢,٩%)، حيث أن الفارق بينهما غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٠٩)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **لم يلاحظ** (٢٦,٩%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة حدوث تغييرات في شكل ومضمون نشرات الأخبار في التليفزيون المصري بعد انتشار القنوات الفضائية العربية، **وتتقارب نسبة** الذكور والإناث القائلين بذلك (٢٦,٧%، ٢٧,١%)، حيث أن الفارق بينهما غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٠٩)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **كما أكد اختبار كا٢ وجود علاقة غير دالة إحصائياً** بين النوع وملاحظة حدوث تغيرات في نشرات الأخبار في التليفزيون المصري من حيث الشكل والمضمون بعد انتشار القنوات الفضائية (كا٢= ٠,٠١٢، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٩١٢).

٨- مدى إشباع التغيير في شكل ومضمون نشرات الأخبار في التليفزيون المصري بعد ظهور القنوات الفضائية العربية للاحتياجات الإخبارية للرأي العام المصري عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (٢٥) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى إشباع التغيير في شكل ومضمون نشرات الأخبار في التليفزيون المصري بعد ظهور القنوات الفضائية العربية لاحتياجاتهم الإخبارية.

جدول رقم (٢٥)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى إشباع التغيير في شكل ومضمون نشرات الأخبار في التليفزيون المصري بعد ظهور القنوات الفضائية العربية لاحتياجاتهم الإخبارية

النوع / إشباع الحاجات	الذكور			الإناث			المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%		
نعم	٨٦	٥٥,٨	١	٩١	٥٩,٥	١	١٧٧	٥٧,٧	٠,٦٦	غير دالة
لا	٦٨	٤٤,٢	٢	٦٢	٤٠,٥	٢	١٣٠	٤٢,٣	٠,٦٦	غير دالة
المجموع	١٥٤	١٠٠		١٥٣	١٠٠		٣٠٧	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- **أشبع التغيير** في شكل ومضمون نشرات الأخبار في التليفزيون المصري بعد ظهور القنوات الفضائية العربية **الاحتياجات الإخبارية** لدى (٥٧,٧%) من عينة الدراسة، **وتقارب نسبة** الذكور والإناث القائلين بذلك (٥٥,٨%، ٥٩,٥%)، حيث أن الفارق بينهما غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٦٦) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **لم يشبع التغيير** في شكل ومضمون نشرات الأخبار في التليفزيون المصري بعد ظهور القنوات الفضائية العربية الاحتياجات الإخبارية لدى (٤٢,٣%) من عينة الدراسة، **وتقارب نسبة** الذكور والإناث القائلين بذلك (٤٤,٢%، ٤٠,٥%)، حيث أن الفارق بينهما غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٦٦) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **وأكد اختبار كا٢ وجود علاقة غير دالة إحصائياً** بين النوع ومدى إشباع هذه التغييرات احتياجات المشاهدين الإخبارية (كا٢= ٠,٤١٥، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٥١٩).

٩- الأعمال التي يقوم بها الرأي العام المصري عينة الدراسة أثناء مشاهدة النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية العربية:

يوضح الجدول التالي رقم (٢٦) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع والأعمال التي يقومون بها أثناء مشاهدة النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (٢٦)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع والأعمال التي يقومون بها أثناء مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية

النوع / أهم الأعمال	الذكور			الإناث			المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%		
أتفرغ للمشاهدة فقط	٨٨	٤١,٩	١	٨٦	٤١	١	١٧٤	٤١,٤	٠,١٩	غير دالة
أشاهد مقدمة النشرة ثم أغير القناة	٥٣	٢٥,٢	٢	٥٢	٢٤,٨	٢	١٠٥	٢٥	٠,٠٩	غير دالة
أداء مهام أخرى أثناء المشاهدة	٤٥	٢١,٤	٣	٥٠	٢٣,٨	٣	٩٥	٢٢,٦	٠,٥٩	غير دالة
أتحدث مع الآخرين أثناء المشاهدة	٢٤	١١,٤	٤	٢٢	١٠,٥	٤	٤٦	١١	٠,٣٠	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠		٢١٠	١٠٠		٤٢٠	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- **يتفــرغ (٤١,٤%)** لمشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية من أفراد الرأي العام عينة الدراسة، **وتتقارب نســبة** الــذكور والإنــاث القائلين بذلك (٤١,٩%، ٤١,٤%)، حيث أن الفارق بينهمــا غيــر دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,١٩) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- يشاهد **مقدمة النشرة فقط** (٢٥%) من أفراد الرأي العام عينة الدراســة، **وتتقارب** في ذلك نســبة الــذكور والإنــاث القــائلين بــذلك (٢٥,٢%، ٢٤,٨%)، حيث أن الفارق بينهما غير دال إحصائياً إذ بلغــت قيمــة Z المحسوبة (٠,٠٩)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **يقوم بمهام أخرى أثناء المشاهدة** (٢٢,٦%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة، **وتتقارب نسبة** الــذكور والإنــاث القــائلين بــذلك (٢١,٤%، ٢٣,٨%)، حيث أن الفارق بينهما غير دال إحصائياً إذ بلغــت قيمــة Z المحسوبة (٠,٥٩) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجــود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **ويتحدث مع الآخرين أثناء المشاهدة** (١١%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة، **وتتقارب نسبة** الــذكور والإنــاث القــائلين بــذلك (١١,٤%، ١٠,٥%)، حيث أن الفارق بينهما غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمــة Z المحسوبة (٠,٣٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجــود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **كما أكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النــوع وأهم الأعمال التي يقوم بها أفراد الرأي العام عينة الدراسة أثناء مشاهدة النشرات الإخبارية (كا٢= ٠,٣٨٣،، درجة الحرية= ٣، مستوى المعنوية= ٠,٩٤٤).

١٠- أهم الأسباب التي تمنع الرأي العام المصري عينة الدراسة من التفرغ أثناء مشاهدة نشرات الأخبــار فــي القنــوات الفضائية العربية:

ويوضح الجدول التالي رقم (٢٧) توزيــع إجابــات الــرأي العــام المصري عينة الدراسة الذين لا يتفرغون لمشاهدة نشرات الأخبــار عينــة الدراسة طبقاً للنوع وأهم الأسباب التي تمنعهم من التفــرغ أثنــاء مشــاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (٢٧)
توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم الأسباب التي تمنعهم من التفرغ أثناء مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية

النوع / أسباب عدم التفرغ أثناء المشاهدة	الذكور			الإناث			المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%		
الأخبار مكررة	٧٨	٦٣,٩	١	٨٠	٦٤,٥	١	١٥٨	٦٤,٢	٠,١٠	غير دالة
توافر هذه الأخبار في الوسائل الأخرى	٤٠	٣٢,٨	٢	٥١	٤١,١	٢	٩١	٣٧	١,٣٥	غير دالة
يغلب على الأخبار الطابع الرسمي	٣٨	٣١,١	٣	٤٦	٣٧,١	٣	٨٤	٣٤,١	٠,٩٩	غير دالة
لا تشبع احتياجاتي	٣٢	٢٦,٢	٤	٣٩	٣١,٥	٤	٧١	٢٨,٩	٠,٩٢	غير دالة
الأخبار تركز على مشاهد العنف	٢٨	٢٣	٦	٣٥	٢٨,٢	٥	٦٣	٢٥,٦	٠,٩٣	غير دالة
أداء المذيعين غير جيد	٣٠	٢٤,٦	٥	٢٧	٢١,٨	٦	٥٧	٢٣,٢	٠,٥٢	غير دالة
الأخبار غير موضوعية	٢٧	٢٢,١	٧	٢٢	١٧,٧	٨	٤٩	١٩,٩	٠,٨٦	غير دالة
لا يجذبني أسلوب الإخراج	٢٥	٢٠,٥	٩	٢٤	١٩,٤	٧	٤٩	١٩,٩	٠,٢٢	غير دالة
تسلسل إذاعة الأخبار غير منطقي	٢٧	٢٢,١	٧	١٣	١٠,٥	١٠	٤٠	١٦,٣	٢,٤٧	دالة
الصور المصاحبة للخبر غير متماشية مع مضمونه	٢٠	١٦,٤	١٠	١٤	١١,٣	٩	٣٤	١٣,٨	١,١٦	غير دالة
جملة من سئلوا(*)	١٢٢			١٢٤			٢٤٦			

(*) الذين لا يتفرغون لمشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية.

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- **أهم أسباب عدم التفرغ أثناء مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية عند الرأي العام المصري عينة الدراسة الذي لا يتفرغون لهذه المشاهدة – مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات – هي:** أن الأخبار مكررة في القنوات التليفزيونية (٦٤,٢%)، توافر هذه الأخبار في وسائل الإعلام الأخرى التي يتعرضون لها بالفعل (٣٧%)، غلبة الطابع الرسمي للأخبار في هذه النشرات (٣٤,١%)، لا تشبع هذه النشرات احتياجات المشاهدين للأخبار بشكل كاف (٢٨,٩%)، تركيز الأخبار على أحداث العنف والدمار (٢٥,٦%)، أداء بعض المذيعين غير جيد (٢٣,٢%)، التناول غير الموضوعي لبعض الأخبار، وعدم جاذبية أسلوب إخراج هذه النشرات (١٩,٩%) لكل منهما.
- **وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق بين الذكور والإناث الذين لا يتفرغون لمشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية على النحو التالي:** تزيد نسبة الذكور مقارنة بالإناث الذين لا يتفرغون لمشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية نظراً لعدم منطقية تسلسل إذاعة الأخبار (٢٢,١%، ١٠,٥%)، فالفارق دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٤٧)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، حيث **أكد اختبار كا**[٢] وجود علاقة دالة بين النوع وعدم منطقية تسلسل إذاعة الأخبار (كا[٢]= ٨,١٢٧، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٠١٣).

١١- نوعية القنوات الفضائية التي يفضل الرأي العام المصري عينة الدراسة متابعة النشرات الإخبارية من خلالها:

يوضح الجدول التالي رقم (٢٨) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ونوعيات القنوات الفضائية العربية أو الأجنبية التي يفضلون متابعة نشرات الأخبار بها.

جدول رقم (٢٨)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ونوعيات القنوات الفضائية العربية أو الأجنبية التي يفضلون متابعة نشرات الأخبار بها

النوع / نوعيات القنوات	الذكور			الإناث			المجموع			قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت		
يشاهد القنوات الفضائية العربية أكثر	١١٢	٥٣,٣	١	١٣٢	٦٢,٩	١	٢٤٤	٥٨,١	١	١,٩٩	دالة
يشاهد القنوات الفضائية الأجنبية أكثر	١٩	٩	٣	١٥	٧,١	٣	٣٤	٨,١	٣	٠,٧٢	غير دالة
يستوي الأمر	٧٩	٣٧,٦	٢	٦٣	٣٠	٢	١٤٢	٣٣,٨	٢	١,٦٥	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠		٢١٠	١٠٠		٤٢٠	١٠٠			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- يشاهد النشرات الإخبارية في **القنوات الفضائية العربية أكثر** (٥٨,١%) من الرأي العام المصري، ويختلف في ذلك الذكور والإناث حيث يشاهد القنوات الفضائية العربية **أكثر** (٦٢,٩%) من **الإناث** مقابل (٥٣,٣%) من الذكور، **فالفارق بينهما دال إحصائياً** إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٩٩) وهي أعلى من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويشاهد نشرات الأخبار **في القنوات الفضائية الأجنبية أكثر** (٨,١%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة، **وتتقارب نسبة** الذكور والإناث القائلين بذلك (٩%، ٧,١%)، فالفارق بينهما غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٧٢) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويشاهد نشرات الأخبار في كل من **القنوات الفضائية عينة الدراسة العربية والأجنبية على حد سواء** (٣٣,٨%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة **وتتقارب** نسبة الذكور والإناث القائلين بذلك (٣٧,٦%، ٣٠%)، حيث أن الفارق بينهما غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٦٥) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **وأكد استخدام كا٢ وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع ونوعيات القنوات** التي يفضل الرأي العام المصري عينة الدراسة مشاهدتها (كا٢= ٣,٩١٣، درجة الحرية= ٢، مستوى المعنوية= ٠,١٤١).

١٢- القنوات الفضائية الأجنبية التي تشاهد عينة الدراسة من خلالها النشرات الإخبارية:

يوضح الجدول التالي رقم (٢٩) توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع والقنوات الفضائية الأجنبية التي يشاهدون من خلالها نشرات الأخبار.

جدول رقم (٢٩)
توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع والقنوات الفضائية الأجنبية التي يشاهدون نشرات الأخبار بها

النوع / القنوات الفضائيه الأجنبية	الذكور			الإناث			المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%		
CNN	٨١	٨٢,٧	١	٧١	٩١	١	١٥٢	٨٦,٤	١,٥٩	غير دالة
BBC	٤٤	٤٤,٩	٢	٣٩	٥٠	٢	٨٣	٤٧,٢	٠,٦٧	غير دالة
Euro News	٣٨	٣٨,٨	٤	٢٥	٣٢,١	٣	٦٣	٣٥,٨	٠,٩٢	غير دالة
Orbit News	٤٢	٤٢,٩	٣	٢١	٢٦,٩	٤	٦٣	٣٥,٨	٢,٢٠	دالة
Tv5	٢٧	٢٧,٦	٥	١٨	٢٣,١	٥	٤٥	٢٥,٦	٠,٦٨	غير دالة
Fox News	٢٥	٢٥,٥	٦	١٧	٢١,٨	٦	٤٢	٢٣,٩	٠,٥٧	غير دالة
Sky News	٢٤	٢٤,٥	٧	١٦	٢٠,٥	٧	٤٠	٢٢,٧	٠,٦٣	غير دالة
DW Tv	٢٢	٢٢,٤	٨	١٦	٢٠,٥	٧	٣٨	٢١,٦	٠,٣٠	غير دالة
Star News	١٧	١٧,٣	٩	١٢	١٥,٤	٩	٢٩	١٦,٥	٠,٣٤	غير دالة
CCTv9	١	١	١٠	٢	٢,٦	١٠	٣	١,٧	٠,٨١	غير دالة
جملة من سئلوا(*)	٩٨			٨٨			١٨٦			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- **أهم القنوات الفضائية الأجنبية التي يشاهد أفراد الرأي العام عينة الدراسة نشرات الأخبار من خلالها هي:** CNN (٨٦,٤%)، BBC (٤٧,٢%)، EuroNews وOrbit News (٣٥,٨%) لكل منهما، Tv5 (٢٥,٦%)، Fox News (٢٣,٩%)، SkyNews (٢٢,٧%)، DWTv (٢١,٦%)، StarNews (١٦,٥%)، وقناة CCTv9 (١,٧%).
- وأوضحت النتائج التفصيلية **وجود فروق بين الذكور والإناث** في تفصيلهم لمتابعة نشرات الأخبار من خلال قناة **Orbit News**

(*) حسبت النسبة لإجمالي الذين ذكروا أنهم يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية أكثر (٣٤ مبحوثاً)، والذين يستوي الأمر عندهم (١٤٢ مبحوثاً).

(٤٢,٩%، ٢٦,٩%) فالفارق النسبي دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٢٠) وهي أعلى من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).

وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في تفضيلهم لمتابعة نشرات الأخبار في باقي القنوات الأجنبية كالآتي:

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث التي تفضل متابعة نشرات الأخبار من **قناة CNN** (٨٢,٧%، ٩١%)، فالفارق النسبي غير دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٥٩) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة **غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة CNN** (كا٢= ٢,٥٨٥، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,١٠٨).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون متابعة نشرات الأخبار في **قناة BBC** (٤٤,٩%، ٥٠%) فالفارق النسبي غير دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٦٧) **وهي أقل من القيمة الجدولية** (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة BBC (كا٢= ٠,٤٥٤، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٥٠١).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون متابعة نشرات الأخبار من خلال **قناة Euronews** (٣٨,٨%، ٣٢,١%)، فالفارق النسبي غير دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٩٢) **وهي أقل** من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة Euronews (كا٢= ٠,٨٥٤، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٣٥٥).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون متابعة نشرات الأخبار في **قناة TV5** (٢٧,٦%، ٢٣,١%)، فالفارق النسبي غير دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٦٨) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة Tv5 (كا٢= ٠,٤٥٧، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٤٩٩).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون متابعة نشرات الأخبار من خلال **قناة Fox News** (٢٥,٥%، ٢١,٨%)، فالفارق النسبي غير دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٥٧)، وهي أقل من القيمة

الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق بين المتغيـــرين بمســـتوى ثقـــة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة Fox News (كا٢= ٠,٣٣٠، درجة الحرية= ١، مســـتوى المعنويـــة= ٠,٥٦٦).

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون متابعة نشرات الأخبار مـــن خلال **قناة Sky News** (٢٤,٥%، ٢٠,٥%)، فالفارق النسبي غير دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٦٣)، وهي أقل مـــن القيمـــة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق بين المتغيـــرين بمســـتوى ثقـــة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة Sky News (كا٢= ٤,٧٩٨، درجة الحرية= ١، مســـتوى المعنويـــة= ٠,١٢٨).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون متابعة نشرات الأخبار مـــن خلال **قناة DW Tv** (٢٢,٤%، ٢٠,٥%) فالفارق النســـبي غيـــر دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٣٠)، وهي أقل مـــن القيمـــة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق بين المتغيـــرين بمســـتوى ثقـــة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة DWTv (كا٢= ٠,٠٩٦، درجـــة الحريـــة= ١، مســـتوى المعنويـــة= ٠,٧٥٦).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون متابعة نشرات الأخبار مـــن خلال **قناة Star News** (١٧,٣%، ١٥,٤%) فالفارق النسبي غير دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٣٤)، وهي أقل مـــن القيمـــة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق بين المتغيـــرين بمســـتوى ثقـــة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة Star News (كا٢= ٠,١٢٢، درجة الحرية= ١، مســـتوى المعنويـــة= ٠,٧٢٧).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون متابعة نشرات الأخبار مـــن خلال **قنـــاة CCTv9** (١,٣%، ٢,٦%) فالفـــارق النســـبي غيـــر دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٨١)، وهي أقل مـــن القيمـــة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق بين المتغيـــرين بمســـتوى ثقـــة (٩٥%)(*).

(*) لم تطبق المؤلفة اختبار كا٢ على هذه القناة لوجود خلايا أقل من رقم ٥ بالجدول.

١٣- أهم القنوات الفضائية العربية والناطقة بالعربية التي يتابع الرأي العام المصري عينة الدراسة نشرات الأخبار من خلالها:

يوضح الجدول التالي رقم (٣٠) توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع والقنوات الفضائية العربية والناطقة بالعربية التي يتابعون نشرات الأخبار من خلالها.

جدول رقم (٣٠)

توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع والقنوات الفضائية العربية والناطقة بالعربية التي يتابعون نشرات الأخبار من خلالها

النوع / القنوات الفضائية العربية المشاهدة	الذكور			الإناث			المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%		
الجزيرة	٢١٠	١٠٠	١	٢١٠	١٠٠	١	٤٢٠	١٠٠	٠,٠٠	غير دالة
MBC	٢١٠	١٠٠	١م	٢١٠	١٠٠	١م	٤٢٠	١٠٠	٠,٠٠	غير دالة
العربية	١٩٤	٩٢,٤	٣	١٩٨	٩٤,٣	٣	٣٩٢	٩٣,٣	٠,٧٨	غير دالة
الجزيرة مباشر	٩١	٤٣,٣	٤	٨٧	٤١,٤	٤	١٧٨	٤٢,٤	٠,٣٩	غير دالة
النيل للأخبار	٨٤	٤٠	٥	٨٧	٤١,٤	٤م	١٧١	٤٠,٧	٠,٢٩	غير دالة
CNBC	٧٦	٣٦,٢	٦	٧٢	٣٤,٣	٦	١٤٨	٣٥,٢	٠,٤١	غير دالة
الفضائية المصرية	٤٣	٢٠,٥	١٠	٤٧	٢٢,٤	٧	٩٠	٢١,٤	٠,٤٧	غير دالة
النيل الدولية	٤٧	٢٢,٤	٧	٣٧	١٧,٦	٨	٨٤	٢٠	١,٢٣	غير دالة
دبي	٤٤	٢١	٩	٣٦	١٧,١	٩	٨٠	١٩	١,٠٢	غير دالة
أبو ظبي	٤٦	٢١,٩	٨	٣١	١٤,٨	١٢	٧٧	١٨,٣	١,٨٨	غير دالة
الحرة-١	٣٧	١٧,٦	١٢	٣٢	١٥,٢	١١	٦٩	١٦,٤	٠,٦٦	غير دالة
المستقبل	٤١	١٩,٥	١١	٢٥	١١,٩	١٤	٦٦	١٥,٧	٢,١٤	دالة
LBC	٢٩	١٣,٨	١٣	٣٤	١٦,٢	١٠	٦٣	١٥	٠,٦٩	غير دالة
الإخبارية	٢٥	١١,٩	١٤	٢٨	١٣,٣	١٣	٥٣	١٢,٦	٠,٤٣	غير دالة
الرأي الكويتية	١٥	٧,١	١٥	١١	٥,٢	١٧	٢٦	٦,٢	٠,٨١	غير دالة
ANN	١٤	٦,٧	١٦	١٢	٥,٧	١٥	٢٦	٦,٢	٠,٤٢	غير دالة
الفضائية الإسرائيلية	١٢	٥,٧	١٧	١٢	٥,٧	١٥م	٢٤	٥,٧	٠,٠٠	غير دالة
NBN	١٠	٤,٨	١٩	١١	٥,٢	١٧م	٢١	٥	٠,١٩	غير دالة
ANB	١٠	٤,٨	١٩م	١٠	٤,٨	١٩	٢٠	٤,٨	٠,٠٠	غير دالة
العالم	١١	٥,٢	١٨	٨	٣,٨	٢٠	١٩	٤,٥	٠,٦٩	غير دالة
جملة من سئلوا	٢١٠			٢١٠			٤٢٠			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- **يمكن تقسيم أهم القنوات الفضائية العربية والناطقة بالعربية التي يتابع الرأي العام المصري عينة الدراسة نشرات الأخبار من خلالها إلى أربع مجموعات كالآتي:**

(أ) **مجموعة قنوات حصلت على نسبة تزيد عن (٩٠%) وهـي قنـوات:** الجزيرة وMBC (١٠٠%) لكل منهما، وقناة العربية (٩٣,٣%).

(ب) **مجموعة قنوات حصلت على نسبة تتراوح ما بـين (٣٥%- ٥٠%) وهي قنوات:** الجزيرة مباشر (٤٢,٤%)، النيل للأخبار (٤٠,٧%) قناة CNBC العربية (٣٥,٢%)، القناة الفضائية المصرية (٢١,٤%)، وقناة النيل الدولية (٢٠%).

(ج) **مجموعة قنوات حصلت على نسبة تتراوح ما بـين (١٥%- ٣٥%) وهي قنوات:** دبي (١٩%)، أبو ظبـي (١٨,٣%)، الحـرة (١٦,٤%)، المستقبل (١٥,٧%)، وLBC (١٥%).

(د) **مجموعة قنوات حصلت على نسبة أقـل مـن (١٥%) وهـي:** قنـاة الأخبارية (١٢,٦%)، قناة الراي الكويتية وANN (٦,٢%) لكل منهما، الفضـائية الإسـرائيلية بالعربيـة (٥,٧%)، NBN (٥%)، وANB (٤,٨%)، وقناة العالم الإخبارية الإيرانية (٤,٥%).

- **وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصـائياً** بـين الـذكور والإناث عينة الدراسة في اختيارهم متابعة نشرات الأخبـار فـي **قنـاة المستقبل، حيث يفضل متابعة نشرات الأخبار في هذه القنـاة** (١٩,٥%، ١١,٩%) والفارق النسبي دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسـوبة (٢,١٤) وهي أعلى من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقـة دالة بين النوع ومشاهدة نشرات الأخبار في قناة المستقبل (كا٢= ٤,٦٠٢، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٠٣٢).

وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصـائياً بـين الذكور والإناث عينة الدراسة في اختيارهم لبقية القنـوات الـواردة فـي الجدول السابق لمتابعة نشرات الأخبار من خلالها كالآتي:

- **تتساوى** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون مشاهدة نشرات الأخبار في **قناتي الجزيرة وMBC** (١٠٠%، ١٠٠%)، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٠٠) وهي أقل من القيمة الجدوليـة (١,٩٦) المنبئـة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون مشاهدة نشرات الأخبار في **قناة العربية** (٩٢,٤%، ٩٤,٣%)، فالفروق غير دالة إحصـائياً،

حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٤١) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة العربية (كا٢= ٠,١٦٧، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٦٨٣).

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون مشاهدة نشرات الأخبار **في قناة الجزيرة مباشر** (٤٣,٣%، ٤١,٤%)، فالفروق غير دالة إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٤٢,٤%) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة الجزيرة مباشر (كا٢= ٠,١٥٦، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٦٩٣).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون مشاهدة نشرات الأخبار **في قناة النيل للأخبار** (٤٠%، ٤١,٤%)، فالفروق غير دالة إحصائيا، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٢٩) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة النيل للأخبار (كا٢= ٠,٠٨٩، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٧٦٦).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون مشاهدة نشرات الأخبار **في قناة CNBC** (٣٦,٢%، ٣٤,٣%)، فالفروق غير دالة إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٤١) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة CNBC (كا٢= ٠,٦١٢، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٤٣٤).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون مشاهدة نشرات الأخبار **في القناة الفضائية المصرية** (٢٠,٥%، ٢٢,٤%)، فالفروق غير دالة إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٤٧) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%). **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة القناة الفضائية المصرية (كا٢= ٠,٢٢٦، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٦٣٤).

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون مشاهدة نشرات الأخبار في **قناة النيل الدولية (٢٢,٤%، ١٧,٦%)** فالفروق غير دالة إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٢٣) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة النيل الدولية (كا٢= ١,٤٨٨، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٢٢٣).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون مشاهدة نشرات الأخبار **في قناة دبي (٢١%، ١٧,١%) فالفروق غير دالة إحصائياً** حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٠٢) **وهي أقل** من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة دبي (كا٢= ٠,٩٨٨، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٣٢٠).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين **يفضلون** مشاهدة نشرات الأخبار **في قناة أبو ظبي (٢١,٩%، ١٤,٨%)، فالفروق غير دالة إحصائياً حيث بلغت** قيمة Z المحسوبة (١,٨٨) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين **المتغيرين** بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة أبو ظبي (كا٢= ٣,٥٧٨، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٠٦).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين **يفضلون** مشاهدة نشرات الأخبار **في قناة الحرة (١٧,٦%، ١٥,٢%)، فالفارق النسبي غير دال** إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٦٦) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة الحرة (كا٢=٠,٤٣٤، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٥١٠).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين **يفضلون** مشاهدة نشرات الأخبار في **قناة LBC** (١٣,٨%، ١٦,٢%) فالفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٦٩) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة LBC (كا٢= ٠,٤٦٧، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٤٩٤).

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون مشاهدة نشرات الأخبار في **قناة الإخبارية** (١١,٩%، ١٣,٣%) فالفارق غير دال إحصـائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٤٣) **وهي أقل** من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقـة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النـوع ومشـاهدة قنـاة الإخبارية (كا٢= ٠,١٩٤، درجة الحرية= ١، مسـتوى المعنويـة= ٠,٦٥٩).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون مشاهدة نشرات الأخبار في **قناة الراي** (٧,١%، ٥,٢%) فالفارق غير دال إحصـائياً حيـث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٨١) **وهي أقل** مـن القيمـة الجدوليـة (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقـة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة الرأي (كا٢= ٠,٦٥٦، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٤١٨).
- **تتساوى** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون مشاهدة نشرات الأخبار في **القناة الفضائية الإسرائيلية الثالثـة باللغـة العربيـة** (٥,٧%، ٥,٧%) حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٠٠) **وهي أقل** من القيمـة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقـة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة القناة الفضائية الإسرائيلية (كا٢= ٠,٠٠، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ١,٠٠).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون مشاهدة نشرات الأخبار في **قناة NBN** (٤,٨%، ٥,٢%) فالفارق غير دال إحصائياً حيـث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,١٩) **وهي أقل** مـن القيمـة الجدوليـة (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقـة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النـوع ومشـاهدة قنـاة NBN (كا٢= ٠,٠٥٠، درجة الحريـة= ١، مسـتوى المعنويـة= ٠,٨٢٣).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون مشاهدة نشرات الأخبار في **قناة ANB** (٤,٨%، ٤,٨%)، حيث بلغت قيمـة Z المحسـوبة (٠,٠٠) **وهي أقل** من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقـة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة ANB (كـا٢= ٠,٠٠٠، درجـة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ١,٠٠).

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يفضلون مشاهدة نشرات الأخبار في **قناة العالم** (٥,٢%، ٣,٨%) فالفارق النسبي غير دالة إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٦٩) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بين المتغيرين بمستوى ثقـــة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة قناة العالم (كا٢= ٠,٨٩٦، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٤٨١).

١٤- أهم فترات مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضـــائية العربية التي يفضلها الرأي العام المصري عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (٣١) توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم فترات مشاهدة نشرات الأخبار في القنـــوات الفضائية العربية لديهم.

جدول رقم (٣١)

توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم فترات مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية لديهم

النوع / أهم فترات المشاهدة	الذكور			الإناث			المجموع			قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت		
الفترة الصباحية	٣٨	١٨,١	٣	٢٨	١٣,٣	٣	٦٦	١٥,٧	٣	١,٣٥	غير دالة
الضحى والظهيرة	٣١	١٤,٨	٤	٢٧	١٢,٩	٤	٥٨	١٣,٨	٤	٠,٥٦	غير دالة
الفترة المسائية	١٠٤	٤٩,٥	١	١٠٩	٥١,٩	١	٢١٣	٥٠,٧	١	٠,٤٩	غير دالة
فترة السهرة الأولى	٨١	٣٨,٦	٢	٨٥	٤٠,٥	٢	١٦٦	٣٩,٥	٢	٠,٤٤	غير دالة
فترة السهرة الممتدة	٣١	١٤,٨	٤م	٢٧	١٢,٩	٤م	٥٨	١٣,٨	٤م	٠,٥٦	غير دالة
جملة من سئلوا	٢١٠			٢١٠			٤٢٠				

تدل بيانات الجدول السابق علىعدة نتائج من أهمها:

- **أن أهم فترات مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية التي يفضلها الرأي العام المصري عينة الدراسة -بالترتيب- هـــي:** الفتـــرة المسائية (٥٠,٧%)، فترة السهرة الأولى (٣٩,٥%)، الفترة الصـــباحية (١٥,٧%)، وفترة الضحى والظهيرة وفترة السهرة الممتـــدة (١٣,٨%) لكل منهما، تتفق نتائج هذه الدراسات مع العادات الاتصالية للمشـــاهدين المصريين والعرب، حيث تكون فترتي المساء والسهرة فتـــرات كثافـــة المشاهدة.

- **وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في فترات مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية التي يفضلها أفراد الرأي العام عينة الدراسة،** إذ كانت قيم Z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وفترات مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية التي يفضلها أفراد الرأي العام عينة الدراسة كالآتي: الفترة الصباحية (كا٢= ١,٧٩٨، درجة الحرية=١، مستوى المعنوية= ٠,١٨٠)، فترة الضحى والظهيرة (كا٢= ٠,٣٢٠، درجة الحرية=١، مستوى المعنوية= ٠,٥٧٢)، الفترة المسائية (كا٢= ٠,٢٣٨، درجة الحرية=١، مستوى المعنوية= ٠,٦٢٦)، فترة السهرة الأولى (كا٢= ٠,١٥٩، درجة الحرية=١، مستوى المعنوية= ٠,٦٩٠)، فترة السهرة الممتدة (كا٢= ٠,٣٢٠، درجة الحرية=١، مستوى المعنوية= ٠,٥٧٢).

١٥- عدد نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية التي يشاهدها الرأي العام المصري عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (٣٢) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وعدد نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية التي يشاهدها المبحوثون خلال اليوم.

جدول رقم (٣٢)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وعدد نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية التي يشاهدها المبحوثون خلال اليوم

النوع / عدد النشرات المشاهدة	الذكور			الإناث			المجموع			قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت		
نشرة واحدة	٨٠	٣٨,١	١	٩٢	٤٣,٨	١	١٧٢	٤١	١	١,١٩	غير دالة
نشرتان	٧٩	٣٧,٦	٢	٧٢	٣٤,٣	٢	١٥١	٣٦	٢	٠,٧٠	غير دالة
ثلاث نشرات	٣٤	١٦,٢	٣	٣٢	١٥,٢	٣	٦٦	١٥,٧	٣	٠,٢٨	غير دالة
أكثر من ثلاث نشرات	١٧	٨,١	٤	١٤	٦,٧	٤	٣١	٧,٤	٤	٠,٥٥	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠		٢١٠	١٠٠		٤٢٠	١٠٠			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- يشاهد **نشرة واحدة فقط** (٤١%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة، ويتقارب في ذلك الذكور والإناث (٣٨,١%، ٤٣,٨%)، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,١٩)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويشاهد **نشرتان يومياً** (٣٦%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة، وتتقارب في ذلك الذكور والإناث (٣٧,٦%، ٣٤,٣%)، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٧٠)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- يشاهد **ثلاث نشرات يومياً** (١٥,٧%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة، ويتقارب في ذلك الذكور والإناث (١٦,٢%، ١٥,٢%)، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٢٨)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- يشاهد **أكثر من ثلاث نشرات يومياً** (٧,٤%) من أفراد الرأي العام عينة الدراسة، ويتقارب في ذلك الذكور والإناث (٨,١%، ٦,٧%)، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٥٥)،وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **كما أكد اختبار كا**[٢] وجود علاقة غير دالة بين النوع وعدد النشرات المشاهدة في اليوم (كا[٢]= ١,٥١٣، درجة الحرية= ٣، مستوى المعنوية= ٠,٦٧٩).

١٦- أماكن مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (٣٣) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأماكن مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية لديهم.

جدول رقم (٣٣)

توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأماكن مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية لديهم

النوع / أماكن مشاهدة النشرات	الذكور			الإناث			المجموع			قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت		
في المنزل	١٩٢	٩١,٤	١	١٨٤	٨٧,٦	١	٣٧٦	٨٩,٤	١	١,٢	غير دالة
عند الأقارب	١٨	٨,٦	٢	٢٢	١٠,٥	٢	٤٠	٩,٥	٢	٠,٦٦	غير دالة
في الأماكن العامة	١٥	٧,١	٣	٥	٢,٤	٤	٢٠	٤,٨	٣	٢,٢٤	دالة
في العمل	٥	٢,٤	٤	٩	٤,٣	٣	١٤	٣,٣	٤	١,١٧	غير دالة
جملة من سئلوا	٢١٠			٢١٠			٤٢٠				

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- **أهم أماكن مشاهدة نشرات الأخبار التي تقدمها القنوات العربية عند الرأي العام المصري عينة الدراسة – مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات –هي:** المنزل (٨٩,٥%)، عند الأقارب (٩,٥%) في الأماكن العامة (٤,٨%)، وفي العمل (٣,٣%)، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع ما هو متعارف عليه في أدبيات عادات المشاهدة للجمهور المصري، حيث أن المشاهدة في المنزل تحقق معدلات مرتفعة نتيجة لإمكانية التحكم في ظروف التعرض.
- يشاهد (٨٩,٥%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية **في المنزل**، وتتقارب نسبة الذكور والإناث (٩١,٤%، ٨٧,٦%)، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيا إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٢)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- يشاهد (٩,٥%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية عند **الأقارب**، وتتقارب نسبة الذكور والإناث (٨,٦%، ١٠,٥%)، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيا إذ

بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٦٦) وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).

- يشاهد (٤,٨%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية في **الأماكن العامة** كالمقاهي، وتزايد نسبة الذكور عن الإناث (٧,١%، ٢,٤%)، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٢٤) **وهي** أكبر من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- يشاهد (٣,٣%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة نشرات الأخبار **في مكان العمل، وتتقارب** نسبة الذكور والإناث القائلين بذلك (٢,٤%، ٤,٣%)، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,١٧) وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع وأماكن مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية (كا٢= ٢,٣٠٤، درجة الحرية= ٣، مستوى المعنوية= ٠,٥١٢).

١٧- أهم أسباب متابعة الرأي العام المصري عينة الدراسة للنشرات الإخبارية في القنوات الفضائية العربية:

يوضح الجدول التالي رقم (٣٤) توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم أسباب متابعة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية لديهم.

جدول رقم (٣٤)

توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم أسباب متابعة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية

النوع / الأسباب	الذكور			الإناث			المجموع			قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت		
يتناسب وقت إذاعة النشرة مع وقت فراغ المبحوثين	٩٧	٤٦,٢	١	٩٣	٤٤,٣	٣	١٩٠	٤٥,٢	١	٠,٣٩	غير دالة
الفورية في نقل الأحداث	٨٦	٤١	٢	١٠٢	٤٨,٦	١	١٨٨	٤٤,٨	٢	١,٥٧	غير دالة
وجهات النظر المقدمة موضوعية	٨٦	٤١	٢م	١٠١	٤٨,١	٢	١٨٧	٤٤,٥	٣	١,٤٦	غير دالة
توافر المراسلين والمندوبين	٧١	٣٣,٨	٤	٨٦	٤١	٤	١٥٧	٣٧,٤	٤	١,٥٢	غير دالة
الاهتمام بالتقارير	٧٠	٣٣,٣	٥٨	٨٥	٤٠,٥	٥	١٥٥	٣٦,٩	٥	١,٥٣	غير دالة
السهولة والوضوح في العرض	٦٨	٣٢,٤	٦	٧١	٣٣,٨	٧	١٣٩	٣٣,١	٦	٠,٣٠	غير دالة
تميز مذيعي النشرة	٥٨	٢٧,٦	٧	٧٢	٣٤,٣	٦	١٣٠	٣١	٧	١,٤٩	غير دالة
البعد عن الطابع الرسمي	٤٩	٢٣,٣	٨	٤٩	٢٣,٣	٨	٩٨	٢٣,٣	٨	٠,٠٠	غير دالة
تحقيق السبق الإخباري	٤٣	٢٠,٥	٩	٤٥	٢١,٤	٩	٨٨	٢١	٩	٠,٢٣	غير دالة
جملة من سئلوا	٢١٠			٢١٠			٤٢٠				

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

أوضحت النتائج العامة أن أهم أسباب متابعة الرأي العام المصري عينة الدراسة لنشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية – مرتبة طبقاً لما أحرزته من تكرارات – هي: يتناسب وقت إذاعة النشرة مع وقت فراغ المبحوثين (٤٥,٢%)، الفورية في نقل الأحداث (٤٤,٨%)، وجهات النظر المقدمة موضوعية (٤٤,٥%)، توافر المراسلين والمندوبين (٣٧,٤%)، الاهتمام بالتقارير (٣٦,٩%)، السهولة والوضوح في العرض (٣٣,١%)،

تميز مذيعي النشرة (٣١%)، البعد عن الطابع الرسمي (٢٣,٣%)، وتحقيق السبق الإخباري (٢١%).

كما أوضحت النتائج التفصيلية عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في جميع المزايا التي تدفعهم لمتابعة نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية على النحو الآتي:

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث (٤٦,٢%، ٤٤,٣%) القائلين **بتناسب الوقت المخصص للفترة الإخبارية مع أوقات فراغهم**، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٣٩)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة نشرات الأخبار لأن الوقت المخصص للفترة الإخبارية يتناسب مع وقت فراغ المبحوثين عينة الدراسة (كا٢= ٠,١٥٤، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٦٩٥).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث القائلين **بالفورية في المتابعة والتغطية للأحداث الهامة** كأحد دوافع متابعتهم للنشرات في القنوات الفضائية (٤١%، ٤٨,٦%)، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٥٧)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، كما أكد اختبار كا٢ وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة نشرات الأخبار لأن متابعتها للأخبار تتسم بالفورية (كا٢= ٢,٤٦٥، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,١١٦).
- ويعد **عرض وجهات النظر المختلفة بموضوعية** (٤٤,٥%) من المزايا التي **تتقارب** فيها نسبة الذكور والإناث (٤١%، ٤٨,١%)، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٤٦)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **كما أكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة نشرات الأخبار لأنها تعرض وجهات النظر المختلفة بموضوعية (كا٢= ٢,١٦٩، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,١٤١).
- ويعد **توافر شبكة من المراسلين والمندوبين في مواقع الأحداث المهمة** (٣٧,٤%) من المزايا التي **تتقارب** فيها نسبة الذكور والإناث (٣٣,٨%، ٤١%)، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٥٢) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **كما أكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة نشرات الأخبار نظراً لتوافر

شبكة من المراسلين والمندوبين في مواقع الأحداث المهمة (كا^2= ٢,٢٨٩، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,١٣٠).

- ويعد **الاهتمام بالتقارير والتحليلات الإخبارية والصور الحية (٣٦,٩%)** من المزايا أيضاً التي **تتقارب** فيها نسبة الذكور والإناث (٣٣,٣%، و٤٠,٥%)، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٥٣) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **كما أكد اختبار كا^2** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة نشرات الأخبار لاهتمامها بالتقارير والتحليلات الإخبارية والصور الحية (كا^2= ٢,٣٠١، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,١٢٩).
- وتعد **السهولة والوضوح في العرض** (٣٣,١%) من المزايا أيضاً التي **تتقارب** فيها نسبة الذكور والإناث (٣٢,٤%، ٣٣,٨%)، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٣٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **كما أكد اختبار كا^2** وجود علاقة غير دالة بين النوع ومشاهدة نشرات الأخبار للسهولة والوضوح في العرض (كا^2= ٠,٠٩٧، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٧٥٦).
- ويعد **تميز مذيعي النشرة** (٣١%) من المزايا التي تتقارب فيها نسبة الذكور والإناث (٢٧,٦%، ٣٤,٣%)، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٤٩)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **كما أكد اختبار كا^2** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع ومشاهدة نشرات الأخبار نظراً لتميز مذيعي النشرات بهذه القنوات (كا^2= ٢,١٨٤، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,١٣٩).
- ويعد **البعد عن الطابع الرسمي في تقديم النشرة وترتيب الأخبار الواردة بها** (٢٣,٣%) من المزايا التي **تتساوى** فيها نسبة الذكور والإناث (٢٣,٣%، ٢٣,٣%)، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٠٠)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى (٩٥%)، **كما أكد اختبار كا^2** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع ومشاهدة نشرات الأخبار لبعدها عن الطابع الرسمي (كا^2= ٠,٠٠٠، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ١,٠٠).
- ويعد **تحقيق السبق الإخباري من قبل القنوات التليفزيونية ووسائل الاتصال الأخرى** (٢١%) من المزايا التي **تتقارب** فيها نسبة الذكور والإناث (٢٠,٥%، ٢١,٤%)، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال

إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٢٣)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **كما أكد اختبار كا[٢]** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع ومشاهدة نشرات الأخبار لتحقيقها السبق الإخباري (كا[٢]= ٠,٠٥٨، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٨١٠).

١٨- مدى وجود سلبيات في نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر الرأي العام المصري عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (٣٥) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى وجود سلبيات في نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (٣٥)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى وجود سلبيات في نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية

النوع / مدى وجود سلبيات	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
نعم	١٧٦	٨٣,٨	١٨٠	٨٥,٧	٣٥٦	٨٤,٨	٠,٥٤	غير دالة
لا	٣٤	١٦,٢	٣٠	١٤,٣	٦٤	١٥,٢	٠,٥٤	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٤٢٠	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- يرى (٨٤,٨%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة وجود سلبيات في نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية، **وتتقارب** نسبة الذكور والإناث القائلين بذلك (٨٣,٨%، ٨٥,٧%) حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٥٤)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويرى (١٥,٢%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة عدم وجود سلبيات في نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية، **وتتقارب** نسبة الذكور والإناث (١٦,٢%، ١٤,٣%)، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٥٤) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **كما أكد اختبار كا[٢]** وجود علاقة غير دالة بين النوع والرأي العام عينة الدراسة بوجود سلبيات في نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية (كا[٢]= ٠,٢٩٥، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٥٨٧).

١٩- أهم سلبيات نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر الرأي العام المصري عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (٣٦) توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يرون وجود سلبيات طبقاً للنوع وأهم سلبيات نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (٣٦)

توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يرون وجود سلبيات طبقاً للنوع وأهم سلبيات نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية

النوع / السلبيات	الذكور			الإناث			المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%		
التأخر في النقل	٦٦	٣٧,٥	١	٦٢	٣٤,٤	١	١٢٨	٣٦	٠,٦١	غير دالة
عدم الالتزام بالدقة في العرض	٥٩	٣٣,٥	٢	٥٨	٣٢,٢	٣	١١٧	٣٢,٩	٠,٢٦	غير دالة
عدم التوازن في الطرح	٥٧	٣٢,٤	٤	٥٨	٣٢,٢	٣م	١١٥	٣٢,٣	٠,٠٤	غير دالة
نقص التقارير	٥٦	٣١,٨	٥	٥٩	٣٢,٨	٢	١١٥	٣٢,٣	٠,٢٠	غير دالة
سياستها الهجومية	٥٦	٣١,٨	٥م	٥١	٢٨,٣	٥	١٠٧	٣٠,١	٠,٧٢	غير دالة
عدم تغطية كافة الجوانب	٥٨	٣٣	٣	٤٢	٢٣,٣	٨	١٠٠	٢٨,١	٢,٠٤	دالة
نقص المراسلين	٤٨	٢٧,٣	٧	٥١	٢٨,٣	٥م	٩٩	٢٧,٨	٠,٢١	غير دالة
ضعف المادة المصورة	٤٣	٢٤,٤	٨	٤٥	٢٥	٧	٨٨	٢٤,٧	٠,١٣	غير دالة
ضعف الجوانب الفنية	٤٢	٢٣,٩	٩	٣٩	٢١,٧	١٠	٨١	٢٢,٨	٠,٤٩	غير دالة
عدم مراعاة ترتيب الأخبار منطقياً	٤١	٢٣,٣	١٠	٤٠	٢٢,٢	٩	٨١	٢٢,٨	٠,٢٥	غير دالة
ضعف المحللين	٣٠	١٧	١١	٣٧	٢٠,٦	١١	٦٧	١٨,٨	٠,٨٧	غير دالة
ضعف مستوى قارئ النشرة	٢٤	١٣,٦	١٢	٢١	١١,٧	١٢	٤٥	١٢,٦	٠,٥٤	غير دالة
جملة من سئلوا	١٧٦			١٨٠			٣٥٦			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- **أوضحت النتائج العامة أن أهم السلبيات التي تعاني منها نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر الرأي العام المصري عينة الدراسة –بالترتيب– هي:** التأخر في نقل الحدث مقارنة بالقنوات الفضائية الأجنبية (٣٦%)، عدم الالتزام بالدقة في عرض المعلومات المختلفة (٣٢,٩%)، عدم التوازن في طرح كافة جوانب وأطراف الحدث، ونقص التقارير (٣٢,٣%) لكل منهما، أن سياساتها في معالجة الأحداث المختلفة سياسات هجومية (٣٠,١)، عدم تغطية كافة جوانب الحدث (٢٨,١%)، نقص المراسلين في كافة المناطق الساخنة في العالم (٢٧,٨%)، ضعف المادة المصورة المصاحبة للخبر (٢٤,٧%)، ضعف الجوانب الفنية في تقديم الأخبار وعدم ترتيب الأخبار منطقياً (٢٢,٨%)، ضعف المحللين الذين يعلقون على الأخبار (١٨,٨%)، وضعف مستوى قارئ النشرة (١٢,٦%).

وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق بين الذكور والإناث دالة إحصائياً في بعض السلبيات التي تعاني منها نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظرهم كما يلي:

- **تزيد** نسبة **الذكور** مقارنة بالإناث الذين يرون أن نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية **لا تغطي الخبر من كافة جوانبه (٣٣%، ٢٣,٣%)**، فالفارق النسبي **دال** إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٠٤) وهي أكبر من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة دالة بين النوع والرأي أن نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية لا تغطي الخبر من كافة جوانبه (كا٢= ٤,٠٧٨، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٠٤٣).

وأكد استخدام اختبار كا٢ وجود علاقة غير دالة إحصائيا بين النوع وكل من السلبيات الآتية التي تعاني منها نشرات الأخبار في القنوات الفضائية:

- التأخر في النقل (كا٢= ٠,٣٦١، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٥٤٨).
- عدم الالتزام بالدقة في العرض (كا٢= ٠,٠٦٨، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٧٩٤).

- عدم التوازن في الطرح (كا^{٢}= ٠,٠٠١، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٩٧٤).
- نقص التقارير (كا^{٢}= ٠,٠٣٧، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٨٤٧).
- سياساتها الهجومية (كا^{٢}= ٠,٥١٤، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٤٧٣).
- نقص المراسلين (كا^{٢}= ٠,٠٥٠، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٨٢٣).
- ضعف المادة المصورة (كا^{٢}= ٠,٠١٥، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٩٠١).
- ضعف الجوانب الفنية (كا^{٢}= ٠,٢٤٤، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٦٢١).
- عدم مراعاة ترتيب الأخبار منطقياً (كا^{٢}= ٠,٠٥٨، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٨٠٩).
- ضعف المحللين (كا^{٢}= ٠,٧١٨، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٣٩٧).
- ضعف مستوى قارئ النشرة (كا^{٢}= ٠,٣١٣، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٥٧٦).

٢٠- درجات موافقة الرأي العام المصري عينة الدراسة على أهم دوافع مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية:

يوضح الجدول التالي رقم (٣٧) توزيع درجات موافقة الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم دوافع مشاهدتهم نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (٣٧)

توزيع درجات موافقة الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم أسباب ودوافع مشاهدتهم لنشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية

درجات الموافقة / العبارات	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%			
متابعة أخبار مصر	٣٤٥	٨٢,١	٥٧	١٣,٦	١٨	٤,٣	٢,٧٨	٠,٥٠٩	٩٢,٧
متابعة أخبار العالم العربي	٣٣٦	٨٠	٧٣	١٧,٤	١١	٢,٦	٢,٧٧	٠,٤٧٧	٩٢,٣
التزود بالمعلومات	٣٢٤	٧٧,١	٧٥	١٧,٩	٢١	٥	٢,٧٢	٠,٥٤٩	٩٠,٧
متابعة أخبار العالم	٣٠٦	٧٢,٩	٩٠	٢١,٤	٢٤	٥,٧	٢,٦٧	٠,٥٧٩	٨٩
التعرف على وجهات النظر المختلفة	٢٨٠	٦٦,٧	١٠٥	٢٥	٣٥	٨,٣	٢,٥٨	٠,٦٤١	٨٦
مضامينها تتفق مع اهتماماتي	٢٤٣	٥٧,٩	١٢٧	٣٠,٢	٥٠	١١,٩	٢,٤٦	٠,٦٩٨	٨٢
توفر لي موضوعات للنقاش	١٨٣	٤٣,٦	١٦٧	٣٩,٨	٧٠	١٦,٧	٢,٢٧	٠,٧٢٩	٧٥,٧
بحكم العادة	١٨٧	٤٤,٥	١١٢	٢٦,٧	١٢١	٢٨,٨	٢,١٦	٠,٨٤٣	٧٢
شغل وقت الفراغ	١٥٥	٣٦,٩	١١٠	٢٦,٢	١٥٥	٣٦,٩	٢	٠,٨٦٠	٦٦,٧
جملة من سئلوا	٤٢٠								

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- تصدر دافع **متابعة أخبار مصر** دوافع مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة **بوزن مئوي (٩٢,٧%)**، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين (٨٢,١%)، المحايدين (١٣,٦%)، والمعارضين (٤,٣%).
- وجاء دافع **متابعة أخبار العالم العربي** في الترتيب الثاني بين دوافع مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة **بوزن مئوي (٩٢,٣%)**، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين (٨٠%)، المحايدين (١٧,٤%)، والمعارضين (٢,٦%).
- وجاء دافع **التزود بالمعلومات والمعارف بوجه عام والمعارف السياسية بوجه خاص** كدافع في الترتيب الثالث بين دوافع مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة **بوزن**

مئوي (٩٠,٧%)، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين (٧٧,١%)، المحايدين (١٧,٩%)، والمعارضين (٥%).

- وجاء دافع **متابعة أخبار العالم** كدافع من دوافع مشاهدة نشرات الأخبار لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة **بوزن مئوي (٨٩%)**، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين (٧٢,٩%)، المحايدين (٢١,٤%)، والمعارضين (٥,٧%).
- وجاء دافع **التعرف على وجهات النظر المختلفة حول القضايا المثارة** كدافع من دوافع مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة **بوزن مئوي (٨٦%)**، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين (٦٦,٧%)، المحايدين (٢٥%)، والمعارضين (٨,٣%).
- وجاء دافع **لاتفاق مضامينها مع اهتماماتي** كدافع من دوافع مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة **بوزن مئوي (٨٢%)**، حيث كانت نسبة المبحوثين الموافقين (٥٧,٩%)، المحايدين (٣٠,٢%)، والمعارضين (١١,٩%).
- وجاء دافع **توفير موضوعات تصلح للنقاش مع الآخرين** كأحد دوافع مشاهدة النشرات في القنوات الفضائية العربية لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة **بوزن مئوي (٧٥,٧%)**، حيث كانت نسبة الموافقين (٤٣,٦%)، المحايدين (٣٩,٨%)، والمعارضين (١٦,٧%).
- وجاء دافع **أشاهدها بحكم العادة** كأحد دوافع مشاهدة النشرات في القنوات الفضائية العربية لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة **بوزن مئوي (٧٢%)**، حيث كانت نسبة الموافقين (٤٤,٥%)، المحايدين (٢٦,٧%)، والمعارضين (٢٨,٨%).
- وجاء دافع **شغل وقت الفراغ والتخلص من الملل** كدافع من دوافع مشاهدة النشرات لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة **بوزن مئوي (٦٦,٧%)**، حيث كانت نسبة الموافقين (٣٦,٩%)، المحايدين (٢٦,٢%)، والمعارضين (٣٦,٩%).

وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً بين النوع ودرجات موافقة أفراد الرأي العام عينة الدراسة على أحد دوافع مشاهدتهم لنشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية وهو أنهم يشاهدونها بحكم العادة وتحديداً في <u>فئة المحايدين</u>، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٩٩) وهي أعلى من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%)، بالإضافة لفئة المعارضين حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٠٤) وهي أعلى من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).

٢١- معدلات مشاهدة الرأي العام المصري عينة الدراسة لنشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية:

يوضح الجدول التالي رقم (٣٨) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومعدلات مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (٣٨)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومعدلات مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية

النوع / معدلات المشاهدة	الذكور			الإناث			المجموع			قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت		
أشاهد بعض أخبار النشرة	١١٦	٥٥,٢	١	١١٢	٥٣,٣	١	٢٢٨	٥٤,٣	١	٠,٣٩	غير دالة
أشاهد النشرة كاملة	٦٢	٢٩,٥	٢	٦٨	٣٢,٤	٢	١٣٠	٣١	٢	٠,٦٤	غير دالة
أشاهد موجز النشرة فقط	٣٢	١٥,٢	٣	٣٠	١٤,٣	٣	٦٢	١٤,٨	٣	٠,٢٦	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠		٢١٠	١٠٠		٤٢٠	١٠٠			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- يشاهد (٥٤,٣%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة **بعض أخبار النشرة فقط، وتتقارب** نسبة الذكور والإناث القائلين بذلك (٥٥,٢%، ٥٣,٣%)، حيث بلغت قيمة z المحسوبة (٠,٣٩) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، وتتفق هذه النتيجة مع عادات المشاهدة للمواد الإخبارية في مصر، حيث يكتفي المشاهد بمتابعة بعض أخبار النشرة فقط.
- ويشاهد (٣١%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة **النشرة كاملة، وتتقارب** نسبة الذكور والإناث القائلون بذلك (٢٩,٥%، ٣٢,٤%)، حيث بلغت قيمة z المحسوبة (٠,٦٤) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويشاهد (١٤,٨%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة **موجز النشرة فقط، وتتقارب** نسبة الذكور والإناث القائلين بذلك (١٥,٢%، ١٤,٣%)، حيث بلغت قيمة z المحسوبة (٠,٢٦) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦)المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).

- **وأكد استخدام اختبار كا^2 وجود علاقة غير دالة إحصائياً** بين النوع ومعدل مشاهدة الرأي العام المصري عينة الدراسة لنشرات الأخبار في القنوات الفضائية (كا^2= ٠,٤١٢، درجة الحرية= ٢، مستوى المعنوية= ٠,٨١٤).

٢٢- أهم نوعيات المواد الإخبارية في القنوات الفضائية العربية التي يحرص الرأي العام المصري عينة الدراسة على مشاهدتها:

يوضح الجدول التالي رقم (٣٩) توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم نوعيات المواد الإخبارية في القنوات الفضائية العربية التي يحرصون على مشاهدتها.

جدول رقم (٣٩)

توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم نوعيات المواد الإخبارية في القنوات الفضائية العربية التي يحرصون على مشاهدتها

النوع / المواد الإخبارية	الذكور			الإناث			المجموع			قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت		
النشرات الإخبارية	٢١٠	١٠٠	١	٢١٠	١٠٠	١	٤٢٠	١٠٠	١	٠,٠٠	غير دالة
أخبار الطقس	٧٧	٣٦,٧	٣	٩٤	٤٤,٨	٢	١٧١	٤٠,٧	٢	١,٦٩	غير دالة
التحليلات والتعليقات	٨٠	٣٨,١	٢	٨٤	٤٠	٤	١٦٤	٣٩	٣	٠,٤٠	غير دالة
تقارير المراسلين	٧٥	٣٥,٧	٤	٨٦	٤١	٣	١٦١	٣٨,٣	٤	١,١٢	غير دالة
البرامج السياسية	٧٤	٣٥,٢	٥	٥٥	٢٦,٢	٥	١٢٩	٣٠,٧	٥	٢,٠٠	دالة
مواجيز الأخبار	٦٠	٢٨,٦	٦	٥٣	٢٥,٢	٦	١١٣	٢٦,٩	٦	٠,٧٩	غير دالة
النشرات الاقتصادية	٥٥	٢٦,٢	٧	٣٤	١٦,٢	٩	٨٩	٢١,٢	٧	٢,٥١	دالة
أقوال الصحف	٤٠	١٩	٨	٤١	١٩,٥	٧	٨١	١٩,٣	٨	٠,٠٠	غير دالة
شريط الأخبار	٣٩	١٨,٦	٩	٤٠	١٩,٤	٨	٧٩	١٨,٨	٩	٠,١٠	غير دالة
جملة من سئلوا	٢١٠			٢١٠			٤٢٠				

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- **أن أهم نوعيات المواد الإخبارية في القنوات الفضائية العربية التي يحرص الرأي العام المصري عينة الدراسة على مشاهدتها – بالترتيب**

– **هي:** النشـــرات الإخبارية (١٠٠%)، أخبـــار الطقـــس (٤٠,٧%)، التحليلات والتعليقات (٣٩%)، تقارير المراســلين (٣٨,٣%)، البــرامج السياسية (٣٠,٧%)، مواجيز الأخبار (٢٦,٩%)، النشرات الاقتصــادية (٢١,٢%)، وأقوال الصحف (٩,٣%)(*)، وشريط الأخبار.

وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق بين الذكور والإناث فـــي حرصهم على مشاهدة نوعيات معينة من المواد الإخباريـــة فـــي القنـــوات الفضائية العربية على النحو الآتي:

- **تزيد** نسبة الذكور مقارنة بالإناث في حرصهم على مشـــاهدة **البـــرامج السياسية في** القنوات الفضائية العربية (٣٥,٢%، ٢٦,٢%)، حيـــث أن الفارق دال إحصائياً إذ بلغت قيمة z المحسوبة (٢,٠٠) وهي أكبر مـــن القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقـــة بـــين المتغيـــرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة دالـــة بـــين النـــوع وحرص أفراد الرأي العام عينة الدراسة على مشاهدة البرامج السياسـية في القنوات الفضائية العربية (كا٢= ٤,٠٣٩، درجة الحرية=١، مســـتوى المعنوية= ٠,٠٤٤).
- **تزيد** نسبة الذكور مقارنة بالإناث في حرصهم على مشـــاهدة **النشـــرات الاقتصادية في** القنوات الفضائية العربية (٢٦,٢%، ١٦,٢%)، حيث أن الفارق دال إحصائياً إذ بلغت قيمة z المحسوبة (٢,٥١) وهي أكبر مـــن القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقـــة بـــين المتغيـــرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة دالـــة بـــين النـــوع وحرص أفراد الرأي العام الذكور عينة الدراسة على مشاهدة النشـــرات الاقتصادية في القنوات الفضائية العربية أكثر من المبحوثـــات الإنـــاث (كا٢= ٦,٢٨٧، درجة الحرية=١، مستوى المعنوية= ٠,٠١٢).
- **وأكد استخدام اختبار كا٢ وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وكل من:** أخبار الطقس (كا٢= ٢,٨٥١، درجة الحرية=١، مستوى المعنوية= ٠,٠٩١)، تحليلات وتعليقات (كا٢= ٠,١٦٠، درجة الحرية=١، مســتوى المعنوية= ٠,٦٨٩)، تقارير المراسلين (كا٢= ١,٢١٩، درجة الحرية=١، مستوى المعنوية= ٠,٢٧٠)، مواجيز الأخبار (كـــا٢= ٠,٥٩٣، درجـــة الحرية=١، مستوى المعنوية= ٠,٤٤١)، وأقوال الصحف (كا٢= ٠,٠١٥، درجة الحرية=١، مستوى المعنوية= ٠,٩٠٢)، وشريط الأخبار (كـــا٢= ١,٢١٠، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٢٦٠).

(*) ورد ضمن فئة أخرى تذكر.

٢٣- أهم أنواع الأخبار في القنوات الفضائية العربية التي يحرص الرأي العام المصري عينة الدراسة على مشاهدتها:

يوضح الجدول التالي رقم (٤٠) توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم أنواع الأخبار الواردة في القنوات الفضائية العربية التي يحرصون على مشاهدتها.

جدول رقم (٤٠)

توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم أنواع الأخبار الواردة في القنوات الفضائية العربية التي يحرصون على مشاهدتها

النوع / أنواع الأخبار	الذكور			الإناث			المجموع			قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت		
الأخبار السياسية	١٧٦	٨٣,٨	١	١٦٧	٧٩,٥	١	٣٤٣	٨١,٧	١	١,١٤	غير دالة
أخبار الحوادث	٩١	٤٣,٣	٤	١٠٩	٥١,٩	٢	٢٠٠	٤٧,٦	٢	١,٧٦	غير دالة
الأخبار الرياضية	١٢٢	٥٨,١	٢	٥٩	٢٨,١	٧	١٨١	٤٣,١	٣	٦,٢١	دالة
أخبار الطقس	٧٧	٣٦,٧	٥	٩٤	٤٤,٨	٣	١٧١	٤٠,٧	٤	١,٦٩	غير دالة
الأخبار الدينية	٩٢	٤٣,٨	٣	٧٧	٣٦,٧	٥	١٦٩	٤٠,٢	٥	١,٤٨	غير دالة
أخبار الجرائم	٧٠	٣٣,٣	٦	٨٧	٤١,٤	٤	١٥٧	٣٧,٤	٦	١,٧٢	غير دالة
أخبار العنف	٦٦	٣١,٤	٧	٧٢	٣٤,٣	٦	١٣٨	٣٢,٩	٧	٠,٦٣	غير دالة
الأخبار العلمية	٦٥	٣١	٨	٥٤	٢٥,٧	٨	١١٩	٢٨,٣	٨	١,٢٠	غير دالة
الأخبار الاجتماعية	٤٨	٢٢,٩	١١	٥٣	٢٥,٢	٩	١٠١	٢٤	٩	٠,٥٥	غير دالة
الأخبار الاقتصادية	٥٥	٢٦,٢	٩	٣٤	١٦,٢	١١	٨٩	٢١,٢	١٠	٢,٥١	دالة
الأخبار العسكرية	٥٢	٢٤,٨	١٠	٢٥	١١,٩	١٤	٧٧	١٨,٣	١١	٣,٤١	دالة
الأخبار الأمنية	٣٨	١٨,١	١٢	٣٨	١٨,١	١٠	٧٦	١٨,١	١٢	٠,٠٠	غير دالة
الأخبار الثقافية	٣٤	١٦,٢	١٣	٣٢	١٥,٢	١٢	٦٦	١٥,٧	١٣	٠,٢٨	غير دالة
الأخبار البيئية	٢٣	١١	١٤	٢٩	١٣,٨	١٣	٥٢	١٢,٤	١٤	٠,٨٧	غير دالة
جملة من سئلوا	٢١٠			٢١٠			٤٢٠				

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- **أوضحت النتائج العامة أن أهم نوعيات الأخبار في القنوات الفضائية العربية التي يحرص الرأي العام المصري عينة الدراسة على مشاهدتها – بالترتيب – هي:** الأخبار السياسية (٨١,٧%)، أخبار الحوادث (٤٧,٦%)، الأخبار الرياضية (٤٣,١%)، أخبار الطقس (٤٠,٧%)، الأخبار الدينية (٤٠,٢%)، أخبار الجرائم (٣٧,٤%)، أخبار العنف (٣٢,٩%)، الأخبار العلمية (٢٨,٣%)، الأخبار الاقتصادية (٢١,٢%)، الأخبار العسكرية (١٨,٣%)، الأخبار الأمنية (١٨,١%)، والأخبار الثقافية (١٥,٧%).

أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في حرصهم على مشاهدة ثلاث نوعيات من الأخبار في القنوات الفضائية العربية على النحو الآتي:

- **تزيد** نسب الذكور مقارنة بالإناث في حرصهم على مشاهدة **الأخبار الرياضية في** القنوات الفضائية العربية (٥٨,١%، ٢٨,١%)، حيث أن الفارق دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٠٠)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بنسبة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة دالة بين النوع والحرص على مشاهدة الأخبار الرياضية (كا٢= ٣٨,٥٣، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٠٠) وذلك يتماشى مع طبيعة واهتمامات الإناث كما أوضحتها الدراسات السابقة.
- **وتزيد** نسب الذكور مقارنة بالإناث في حرصهم على مشاهدة **الأخبار الاقتصادية في** القنوات الفضائية العربية (٢٦,٢%، ١٦,٢%)، حيث أن الفارق دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٥١)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بنسبة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة دالة بين النوع والحرص على مشاهدة الأخبار الاقتصادية (كا٢= ٦,٢٨٧، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٠١٢).
- **وتزيد** نسب الذكور مقارنة بالإناث في حرصهم على مشاهدة **الأخبار العسكرية** في القنوات الفضائية العربية (٢٤,٨%، ١١,٩%)، حيث أن الفارق دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٣,٤١)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٢,٥٨) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بنسبة (٩٩%)، **وأكد استخدام كا٢** وجود علاقة دالة بين النوع والحرص على مشاهدة الأخبار العسكرية (كا٢= ١١,٥٩٣، درجة الحرية= ١، مستوى

المعنوية= ٠,٠٠١)، وذلك يتماشى مع طبيعة واهتمامات الإنـــاث كمـــا أوضحتها الدراسات السابقة.

وأكد استخدام اختبار كا٢ وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وكل من: الأخبار السياسية (كا٢= ١,٢٨٨، درجـــة الحريـــة= ١، مســـتوى المعنوية= ٠,٢٥٦)، أخبار الحوادث (كا٢= ٣,٠٩٣، درجـــة الحريـــة= ١، مستوى المعنوية= ٠,٠٧٩)، أخبار الطقس (كا٢= ٢,٨٥١، درجة الحريـــة= ١، مستوى المعنوية= ٠,٠٩١)، الأخبار الدينيـــة (كـــا٢= ٢,٢٢٨، درجـــة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,١٣٦)، أخبار الجـــرائم (كـــا٢= ٢,٩٤٠، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٠٨٦)، أخبار العنف (كا٢= ٠,٣٨٩، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٥٣٣)، الأخبـــار العلميـــة (كـــا٢= ١,٤١٩، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٢٣٤)، الأخبـــار الأمنيـــة (كا٢= ٠,٠٠٠، درجة الحرية= ١، مستوى المعنويـــة= ١,٠٠٠)، الأخبـــار الثقافية (كا٢= ٠,٠٧٢ ، درجة الحرية= ١، مســـتوى المعنويـــة= ٠,٧٨٩)، الأخبار البيئية (كا٢= ٠,٧٩٠، درجـــة الحريـــة= ١، مســـتوى المعنويـــة= ٠,٣٧٤)، والأخبار الاجتماعية (كا٢= ٠,٣٢٦، درجة الحرية= ١، مســـتوى المعنوية= ٠,٥٦٨).

الفصل الثامن
دور نشرات الأخبار الفضائية في ترتيب أولويات القضايا المصرية والعربية والدولية لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة

١- أهم القضايا المصرية التي تهم الرأي العام المصري عينة الدراسة من القضايا المتداولة في نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية:

يوضح الجدول التالي رقم (٤١) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم القضايا المصرية التي تهمهم من القضايا الموجودة في نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (٤١)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للقضايا المصرية التي تهمهم من القضايا الموجودة في نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية

الترتيب / القضايا المصرية	الترتيب الأول	الترتيب الثاني	الترتيب الثالث	الوزن المرجح(*)	
				النقاط	%
التفجيرات الإرهابية	١٦٤	١٦٥	٩١	٩١٣	٣٦,٢
الإصلاح السياسي	١٥٧	١٠٥	١٥٨	٨٣٩	٣٣,٣
تلوث الغذاء والبيئة	٩٩	١٥٠	١٧١	٧٦٨	٣٠,٥
مجموع الأوزان المرجحة				٢٥٢٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج منها:

- جاءت قضية **التفجيرات الإرهابية في مصر** في الترتيب الأول كأهم قضية بالنسبة للرأي العام المصري بوزن مرجح (٩١٣) نقطة بنسبة (٣٦,٢%).
- وجاءت **قضية الإصلاح السياسي في مصر** في الترتيب الثاني كأهم قضية بالنسبة للرأي العام المصري بوزن مرجح (٨٣٩) نقطة بنسبة (٣٣,٣%).

(*) حُسب الوزن المرجح لقضية التفجيرات الإرهابية في مصر بضرب عدد التكرارات التي ذكرت في الترتيب الأول × ٣ درجات (١٦٤×٣=٤٩٢)، وعدد التكرارات التي ذكرت في الترتيب الثاني (١٦٥×٢=٣٣٠)، وعدد التكرارات التي ذكرت في الترتيب الثالث× ١ (٩١×١=٩١) ويكون الإجمالي ٩١٣، وبنفس الطريقة يتم حساب الوزن المرجح لباقي القضايا.

- وجاءت قضية **تلوث الغذاء والبيئة في مصر** في الترتيب الثالث كأهم قضية بالنسبة للرأي العام المصري عينة الدراسة بوزن مرجح (٧٦٨) بنسبة (٣٠,٥%).
- **وأظهرت النتائج التفصيلية وجود فروق بين النوع وقضية التفجيرات الإرهابية** التي جاءت في الترتيب الأول بين القضايا المصرية، حيث بلغت نسبة **الذكور** الذين ذكروا هذه القضية (٣٣,٨%) **مقابل الإناث** بنسبة (٤٤,٣%)، **والفارق بينهما دال إحصائياً لصالح الإناث**، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٢١) وهي أعلى من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%)،بالإضافة إلى وجود فروق بين النوع وظهور قضية **الإصلاح السياسي** في الترتيب الأول بين القضايا المصرية حيث بلغت نسبة **الذكور** الذين ذكروا ذلك (٤٤,٨%) مقابل الإناث بنسبة (٣٠%) **لصالح الذكور**، والفارق بينهما **دال إحصائياً** حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٣,١٣) وهي أعلى من القيمة الجدولية (٢,٥٨) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).

٢- أهم قضية مصرية من وجهة نظر أفراد الرأي العام عينة الدراسة لها صلة مباشرة بحياتهم اليومية:

يوضح الجدول التالي رقم (٤٢) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم قضية مصرية لها صلة مباشرة بحياتهم اليومية.

جدول رقم (٤٢)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم قضية مصرية لها صلة مباشرة بحياتهم اليومية

النوع / أهم قضية مصرية	الذكور			الإناث			المجموع			قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت		
تلوث الغذاء والبيئة(*)	٦٠	٢٨,٦	٢	٨٦	٤١	١	١٤٦	٣٤,٨	١	٢,٦٧	دالة
الإصلاح السياسي	٩٢	٤٣,٨	١	٤٦	٢١,٩	٣	١٣٨	٣٢,٩	٢	٤,٧٨	دالة
التفجيرات الإرهابية	٥٨	٢٧,٦	٣	٧٨	٣٧,١	٢	١٣٦	٣٢,٤	٣	٢,٠٨	دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠		٢١٠	١٠٠		٤٢٠	١٠٠			

(*) صاحب العمل الميداني أخبار عن ظاهرة تسمم البطيخ بالمبيدات، وظهور وزير الزراعة أكثر من مرة في أكثر من قناة لنفي ذلك.

تدل بيانات الجدول التالي على عدة نتائج من أهمها:

- جاءت **قضية تلوث الغذاء والبيئة** في مصر في الترتيب الأول كأهم قضية مصرية لها صلة مباشرة بحياة الرأي العام المصري عينة الدراسة بنسبة (٣٤,٨%)، أوضحت **النتائج التفصيلية وجود فروق دالة** إحصائياً بين الذكور والإناث **لصالح الإناث** في تحديدهم لأهمية هذه القضية (٢٨,٦%، ٤١%)، حيث أن الفارق دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٦٧) وهي أكبر من القيمة الجدولية (٢,٥٨) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بنسبة (٩٩%).
- وجاءت قضية **الإصلاح السياسي في مصر** في الترتيب الثاني من حيث أهميتها بين القضايا المصرية التي لها صلة مباشرة بحياة الرأي العام المصري عينة الدراسة اليومية بنسبة (٣٢,٩%) وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث **لصالح الذكور** في تحديدهم لأهمية هذه القضية (٤٣,٨%، ٢١,٩%)، حيث أن الفارق دال إحصائيا إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٤,٧٨) وهي أكبر من القيمة الجدولية (٢,٥٨) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بنسبة (٩٩%).
- وجاءت قضية **التفجيرات الإرهابية** في الترتيب الثالث من حيث أهميتها بين القضايا المصرية التي لها صلة مباشرة بحياة الرأي العام المصري عينة الدراسة اليومية بنسبة (٣٢,٤%)، وأوضحت **النتائج التفصيلية** وجود فروق دالة بين الذكور والإناث **لصالح الإناث** في تحديدهم لأهمية هذه القضية (٢٧,٦%، ٣٧,١%)، حيث أن الفارق دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٠٨)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بنسبة (٩٥%).
- **وأكد اختبار كا^{٢}** وجود علاقة دالة بين النوع واهتمام أفراد الرأي العام عينة الدراسة بالقضايا المصرية (كا^{٢}= ٢٢,٩٠٥، درجة الحرية=٢، مستوى المعنوية= ٠,٠٠٠).

٣- أهم القضايا العربية التي تهم الرأي العام المصري عينة الدراسة من القضايا التي تناولتها نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية:

ويوضح الجدول التالي رقم (٤٣) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للقضايا العربية التي تهمهم من القضايا التي تناولتها نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (٤٣)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للقضايا العربية التي تهمهم من القضايا التي تناولتها نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية

الترتيب / القضايا العربية	الترتيب الأول	الترتيب الثاني	الترتيب الثالث	الوزن المرجح	
				النقاط	%
القضية الفلسطينية	٢٦٩	١٢٥	٢٦	١٠٨٣	٤٣
الاحتلال الأجنبي للعراق	١٣٢	٢٦٤	٢٤	٩٤٨	٣٧,٧
الإصلاح السياسي في لبنان	١٧	٣١	٣٧٢	٤٨٥	١٩,٣
مجموع الأوزان المرجحة				٢٥١٦	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- جاءت **القضية الفلسطينية** في الترتيب الأول كأهم قضية عربية من وجهة نظر الرأي العام المصري عينة الدراسة بوزن مرجح (٠,١٠٨٣) بنسبة (٤٣%).
- وجاءت **قضية الاحتلال الأجنبي للعراق** في الترتيب الثاني كأهم قضية عربية من وجهة نظر الرأي العام المصري عينة الدراسة بوزن مرجح (٠,٩٤٨) بنسبة (٣٧,٧%).
- وجاءت قضية **الإصلاح السياسي في لبنان** في الترتيب الثالث كأهم قضية عربية من وجهة نظر الرأي العام المصري عينة الدراسة بوزن مرجح (٠,٤٨٥) بنسبة (١٩,٣%).

كما أوضحت البيانات التفصيلية عدة نتائج من أهمها:

- وجود فروق دالة إحصائياً بين الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين ذكروا **القضية الفلسطينية** كأهم قضية بين القضايا العربية طبقاً للنوع، حيث توجد **فروق دالة بين الذكور والإناث** الذين ذكروا هذه القضية في الترتيب الأول **لصالح الذكور** (Z= ٢,٧٥)، **ولصالح الإناث** الذين ذكروها في الترتيب الثاني (Z= ٢,٦٧)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٢,٥٨) المنبئة بوجود فروق دالة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٩%).
- وجود فروق دالة إحصائياً بين الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين ذكروا **القضية العراقية** كأهم قضية بين القضايا العربية طبقاً للنوع، حيث توجد **فروق دالة بين الذكور والإناث** الذين ذكروا القضية العربية في الترتيب الأول **لصالح الذكور** (Z= ٢,٣٢)، وهو أكبر من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، ولا توجد فروق دالة بين الذكور والإناث الذين ذكروها في الترتيب الثاني (Z= ١,٣٥).

- وجود فروق دالة إحصائياً بين الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين ذكروا **قضية الإصلاح السياسي في لبنان** كأهم قضية بين القضايا العربية طبقاً للنوع، حيث توجد فروق دالة بين الذكور والإناث الذين ذكروا هذه القضية في الترتيب الثاني لصالح الإناث (Z= ٢,٤٣)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائية بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، بينما لا توجد فروق بين الذكور والإناث الذين ذكروها في الترتيب الأول (Z= ١,٢٠).

٤- أهم قضية عربية من وجهة نظر الرأي العام المصري عينة الدراسة لها صلة مباشرة بحياتهم اليومية:

ويوضح الجدول التالي رقم (٤٤) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم قضية عربية لها احتكاك أو صلة مباشرة بحياتهم اليومية.

جدول رقم (٤٤)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم قضية عربية لها احتكاك أو صلة مباشرة بحياتهم اليومية

النوع / أهم قضية عربية	الذكور			الإناث			المجموع			قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت		
القضية الفلسطينية	١١٥	٥٤,٨	١	١٤٠	٦٦,٧	١	٢٥٥	٦٠,٧	١	٢,٥٠	دالة
الاحتلال الأجنبي للعراق	٧٩	٣٧,٦	٢	٥٤	٢٥,٧	٢	١٣٣	٣١,٧	٢	٢,٦٢	دالة
الإصلاح السياسي في لبنان	١٦	٧,٦	٣	١٦	٧,٦	٣	٣٢	٧,٦	٣	٠,٠٠	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠		٢١٠	١٠٠		٤٢٠	١٠٠			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- تأتي **القضية الفلسطينية** في الترتيب الأول كأهم قضية عربية لها صلة مباشرة بحياة الرأي العام المصري عينة الدراسة اليومية بنسبة (٦٠,٧%)، وأوضحت **النتائج التفصيلية وجود فروق بين الذكور والإناث** في تحديدهم لأهمية هذه القضية **لصالح الإناث** (٥٤,٨%، ٦٦,٨%)، حيث أن الفارق دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٥٠) وهي أكبر من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بنسبة (٩٥%).

- وتأتي **قضية الاحتلال الأجنبي للعراق في** الترتيب الثاني كـأهم قضـية عربية لها صلة مباشرة بحياة الرأي العام المصري عينة الدراسة اليومية بنسبة (٣١,٧%)، وأوضحت **النتائج التفصيلية وجود فروق بين الذكور والإناث** في تحديدهم لأهمية هذه القضـية **لصـالح الـذكور** (٣٧,٦%، ٢٥,٧%)، حيث أن الفارق دال إحصائياً إذ بلغـت قيمـة Z المحسـوبة (٢,٦٢) وهي أكبر من القيمة الجدولية (٢,٥٨) المنبئة بوجـود علاقـة فارقة بين المتغيرين بنسبة (٩٩%).
- وتأتي **قضية الإصلاح السياسي في لبنان في** الترتيب الثالث كأهم قضية عربية لها صلة مباشرة بحياة الرأي العام المصري عينة الدراسة اليومية بنسبة (٧,٦%)، وأوضحت **النتائج التفصيلية عدم وجود فـروق بـين الذكور والإناث** في ترتيبهم لأهمية هذه القضية (٧,٦%، ٧,٦%)، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٠٠)، وهي أقل من القيمة الجدوليـة (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بنسبة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا^{2} وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع واهتمـام المبحـوثين عينة الدراسة بالقضايا العربية** سالفة الـذكر (كـا^{2}= ٧,١٥٠، درجـة الحرية= ٢، مستوى المعنوية= ٠,٠٢٨).

وقد يفسر ظهور تلك القضايا بهذا الترتيب اعتبار البعض أن هنـاك خططاً أجنبية ترمي إلى تفتيت التكامل الإقليمي للـدول العربيـة، وهنـاك تصورات حول "**بلقنة الوطن العربي**" وفي هذه التصورات سوف تقسم **لبنان والعراق وسورية ومصر** إلى دويلات صغيرة، بالإضـافة إلـى الـدعوات الإقليمية التي تحاول إقامة التفرقة بين الشرق والغرب من ناحية، أو تحاول إبعاد دول الخليج عن باقي الدول العربية من ناحية أخـرى، وذلـك يفسـر ظهور هذه القضايا في المقدمة.

٥- أهم القضايا الدولية التي تهم الرأي العام المصـري عينـة الدراسة من القضايا المتداولة في نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية:

يوضح الجدول التالي رقم (٤٥) توزيع الرأي العام المصري عينـة الدراسة طبقاً للنوع وأهم القضايا الدولية التي تهمهم من القضايا الموجودة في نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (٤٥)
توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للقضايا الدولية التي تهمهم من القضايا الموجودة في نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية

الترتيب / القضايا الدوليه	الترتيب الأول	الترتيب الثاني	الترتيب الثالث	الوزن المرجح	
				النقاط	%
التفجيرات الإرهابية في دول العالم	٣٥٥	٦٠	٥	١١٩٠	٤٧,٣
الإصلاح السياسي في إيران	٥٠	٢٦٧	١٠٣	٧٨٧	٣١,٣
التصويت على الدستور الأوروبي	١٥	٩١	٣١٤	٥٤١	٢١,٥
مجموع الأوزان المرجحة				٢٥١٨	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- تأتي **قضية التفجيرات الإرهابية في دول العالم** كأهم قضية تهم الرأي العام المصري عينة الدراسة من القضايا الدولية المتداولة في نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية بوزن مرجح (٠,١١٩٠) بنسبة (٤٧,٣%).
- وتأتي قضية **الإصلاح السياسي في إيران** بوزن مرجح (٠,٧٨٧) في الترتيب الثاني كأهم قضية تهم الرأي العام المصري عينة الدراسة من القضايا الدولية المتداولة في نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية بنسبة (٣١,٣%).
- وتأتي قضية **التصويت على الدستور الأوروبي** في الترتيب الثالث كأهم قضية تهم الرأي العام المصري عينة الدراسة من القضايا الدولية المتداولة في نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية العربية بوزن مرجح (٠,٥٤١) بنسبة (٢١,٥%).
- **وأظهرت البيانات التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين النوع وترتيب القضايا الدولية في نشرات قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة**، حيث بلغت جميع قيم Z المحسوبة أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%)، حيث جاء الفارق **غير دال إحصائياً** بين نسبة الذكور والإناث الذين يعتبرون قضية **التصويت على الدستور الأوروبي** القضية الأكثر أهمية، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٧٧) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- وجاء الفارق غير دال إحصائياً بين نسبة الذكور والإناث الذين يعتبرون **قضية التفجيرات الإرهابية في دول العالم** القضية الأكثر أهمية، حيث

بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٤٧) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).

- وجاء الفارق غير دال إحصائياً بين نسبة الذكور والإناث الذين يعتبرون **قضية الإصلاح السياسي في إيران** القضية الأكثر أهمية، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٢٤) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).

٦- أهم قضية دولية من وجهة نظر الرأي العام المصري عينة الدراسة لها صلة مباشرة بحياتهم اليومية:

يوضح الجدول التالي رقم (٤٦) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم قضية دولية لها احتكاك أو صلة مباشرة بحياتهم اليومية.

جدول رقم (٤٦)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم قضية دولية لها احتكاك أو صلة مباشرة بحياتهم اليومية

النوع / أهم قضية دولية	الذكور			الإناث			المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%		
حوادث التفجيرات الإرهابية في دول العالم	١٦٨	٨٠	١	١٧٦	٨٣,٨	١	٣٤٤	٨١,٩	١,٠١	غير دالة
الإصلاح السياسي في إيران	٢٧	١٢,٩	٢	١٧	٨,١	٢	٤٤	١٠,٥	١,٦٠	غير دالة
التصويت على الدستور الأوروبي	١٥	٧,١	٣	١٧	٨,١	٢م	٣٢	٧,٦	٠,٣٩	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠		٢١٠	١٠٠		٤٢٠	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- تأتي قضية **حوادث التفجيرات الإرهابية** في الترتيب الأول كأهم قضية دولية لها صلة مباشرة بحياة الرأي العام المصري عينة الدراسة اليومية بنسبة (٨١,٩%)، وأوضحت **النتائج التفصيلية** وجود فروق **غير دالة إحصائياً** بين الذكور والإناث في تحديدهم لأهمية هذه القضية (٨٠%، ٨٣,٨%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٠١) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بنسبة (٩٥%).
- وتأتي قضية **الإصلاح السياسي في إيران** في الترتيب الثاني ضمن أهم القضايا الدولية التي لها صلة مباشرة بحياة الرأي العام المصري عينة الدراسة اليومية (١٠,٥%)، وأوضحت **النتائج التفصيلية** وجود فروق **غير دالة** إحصائياً بين الذكور والإناث في تحديدهم لأهمية هذه القضية

(١٢,٩%، ٨,١%)، حيث أن الفارق **غير دال** إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٦٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجـود علاقة فارقة بين المتغيرين بنسبة (٩٥%).

- وتأتي قضية **التصويت على الدستور الأوروبي** في الترتيب الثالث ضمن أهم القضايا التي لها صلة مباشرة بحياة الرأي العـام المصـري عينـة الدراسة اليومية (٧,٦%)، و**أوضحت النتائج التفصيلية** وجود فروق **غير دالة** إحصائياً بين الذكور والإناث في تحديدهم لأهميـة هـذه القضـية (٧,١%، ٨,١%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمـة Z المحسوبة (٠,٣٩) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجـود علاقة فارقة بين المتغيرين بنسبة (٩٥%).
- **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصـائياً بـين النـوع واهتمام الرأي العام المصري عينة الدراسة بالقضايا الدولية سالفة الذكر (كا٢= ٢,٥٨٤، درجة الحرية= ٢، مستوى المعنوية= ٠,٢٧٥).

٧- مدى مشاهدة نشرات الأخبار في التليفزيون المصري لمتابعة أحدث تطورات القضايا المصرية والعربية والدولية:

يوضح الجدول التالي رقم (٤٧) توزيع الرأي العام المصري عينـة الدراسة طبقاً للنوع ومدى مشاهدة نشرات الأخبار في التليفزيون المصـري لمتابعة أحدث تطورات القضايا المصرية والعربية والدولية.

جدول رقم (٤٧)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى مشاهدة نشرات الأخبار في التليفزيون المصري لمتابعة أحدث تطورات القضايا المصرية والعربية والدولية

النوع / مدى مشاهدة النشرات	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
نعم	١٤٧	٧٠	١٤٤	٦٨,٦	٢٩١	٦٩,٣	٠,٣١	غير دالة
لا	٦٣	٣٠	٦٦	٣١,٤	١٢٩	٣٠,٧	٠,٣١	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٤٢٠	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- **يشاهد** (٦٩,٣%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة **نشرات الأخبار في التليفزيون المصري، وتتقارب** نسبة الذكور والإناث القـائلين بـذلك (٧٠%، ٦٨,٦%)، فالفارق بينهما **غير دال** إحصائياً حيث تبلغ قيمـة Z المحسوبة (٠,٣١) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجـود علاقة فارقة بمستوى ثقة (٩٥%).

- **ولا يشاهد** (٣٠,٧%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة نشرات الأخبار في التليفزيون المصري، **وتتقارب** نسبة الذكور والإناث القائلين بذلك (٣٠%، ٣١,٤%)، فالفارق بينهما **غير دال** إحصائياً حيث تبلغ قيمة Z المحسوبة (٠,٣١) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بمستوى ثقة (٩٥%).
- **وأكد استخدام اختبار كا**[٢] وجود علاقة غير دالة بين النوع ومدى مشاهدة نشرات الأخبار في التليفزيون المصري (كا[٢]= ٠,١٠١، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٧٥١).

٨- معدلات مشاهدة الرأي العام المصري عينة الدراسة لقناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية:

ويوضح الجدول التالي رقم (٤٨) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة وفقاً لمعدلات مشاهدتهم لنشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية.

جدول رقم (٤٨)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومعدلات مشاهدتهم لنشرات الأخبار فى قناتى MBC والجزيرة عينة الدراسة

معدلات المشاهدة / القناة	دائماً						أحياناً						نادراً					
	الذكور		الإناث		قيمة Z	مدى الدلالة	الذكور		الإناث		قيمة Z	مدى الدلالة	الذكور		الإناث		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%			ك	%	ك	%			ك	%	ك	%		
الجزيرة	١١٤	٥٤,٣	٩٨	٤٦,٧	١,٥٦	غير دالة	٧٦	٣٦,٢	٩١	٤٣,٣	١,٤٩	غير دالة	٢٠	٩,٥	٢١	١٠	٠,١٧	غير دالة
MBC	٤٨	٢٢,٩	٤٣	٢٠,٥	٠,٦٠	غير دالة	٩٨	٤٦,٧	١٠٨	٥١,٤	٠,٩٦	غير دالة	٦٤	٣٠,٥	٥٩	٢٨,١	٠,٥٤	غير دالة
جملة من سئلوا	٢١٠		٢١٠				٢١٠		٢١٠				٢١٠		٢١٠			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- يشاهد **قناة الجزيرة دائماً** (٥٤,٣%) من الذكور عينة الدراسة مقابل (٤٦,٧%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٥٦) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويشاهد قناة MBC **دائماً** (٢٢,٩%) من الذكور عينة الدراسة مقابل (٢٠,٥%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٦٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويشاهد **قناة الجزيرة أحياناً** (٣٦,٢%) من الذكور عينة الدراسة مقابل (٤٣,٣%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً، حيث

بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٤٩) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).

- ويشاهد **قناة MBC أحياناً** (٤٦,٧%) من الذكور عينة الدراسة مقابل (٥١,٤%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٩٦) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويشاهد **قناة الجزيرة نادراً** (٩,٥%) من الذكور عينة الدراسة مقابل (١٠%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,١٧) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويشاهد **قناة MBC نادراً** (٣٠,٥%) من الذكور عينة الدراسة مقابل (٢٨,١%) من الإناث، والفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٥٤) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة **غير دالة** إحصائية بين النوع ومعدلات مشاهدة قناتي MBC والجزيرة بين الرأي العام المصري عينة الدراسة (كا٢= ٢,٥٧٩، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٢٨).

٩- عدد أيام مشاهدة الرأي العام المصري عينة الدراسة لقناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية:

يوضح الجدول التالي رقم (٤٩) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وعدد أيام مشاهدتهم لقناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية.

جدول رقم (٤٩)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وعدد أيام مشاهدتهم لقناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية

النوع / القنوات	الذكور								الإناث							
	يوم واحد		يومان		من ثلاث إلى ست أيام		يوميا		يوم واحد		يومان		من ثلاث إلى ست أيام		يوميا	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الجزيرة	١٠	٤,٨	٣٤	١٦,٢	٧٧	٣٦,٧	٨٩	٤٢,٤	١٩	٩	٣٧	١٧,٦	٧٨	٣٧,١	٧٦	٣٦,٢
MBC	٤٦	٢١,٩	٥٨	٢٧,٦	٦١	٢٩	٤٥	٢١,٤	٥٤	٢٥,٧	٣٨	١٨,١	٧٤	٣٥,٢	٤٤	٢١
جملة من سئلوا	٢١٠								٢١٠							

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- يشاهد (٤,٨%) من الذكور عينة الدراسة **قناة الجزيرة يوم واحد في الأسبوع** مقابل (٩%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال**

إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٧٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).

- يشاهد (٢١,٩%) من الذكور عينة الدراسة **قناة MBC يوم واحد في الأسبوع** مقابل (٢٥,٧%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٩١) **وهي أقل** من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- يشاهد (١٦,٢%) من الذكور عينة الدراسة **قناة الجزيرة لمدة يومين في الأسبوع** مقابل (١٧,٦%) من الإناث، **والفارق** بين النسبتين **دال إحصائياً**، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٢٢)، وهي أعلى من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- يشاهد (٢٧,٦%) من الذكور عينة الدراسة **قناة MBC لمدة يومين في الأسبوع** مقابل (١٨,١%) من الإناث، والفارق بين النسبتين غير **دال إحصائياً**، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٨٩)، **وهي أقل** من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- يشاهد (٣٦,٧%) من الذكور عينة الدراسة **قناة الجزيرة من ثلاث إلى ستة أيام في الأسبوع** مقابل (٣٧,١%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٠٨)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويشاهد (٢٩%) من الذكور **قناة MBC من ثلاث إلى ستة أيام في الأسبوع** مقابل (٣٥,٢%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٧٩) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويشاهد (٤٢,٤%) من الذكور عينة الدراسة **قناة الجزيرة يومياً** مقابل (٣٦,٢%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٣٠)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويشاهد (٢١,٤%) من الذكور عينة الدراسة **قناة MBC يومياً** مقابل (٢١%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً، حيث بلغت

قيمة Z المحسوبة (١,٤١) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).

١٠- مقياس مشاهدة نشرات الأخبار في قناة MBC عينة الدراسة التحليلية:

ويوضح الجدول التالي رقم (٥٠) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومقياس مشاهدة نشرات الأخبار التي تقدمها قناة MBC عينة الدراسة التحليلية.

جدول رقم (٥٠)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومقياس مشاهدة نشرات الأخبار التي تقدمها قناة MBC عينة الدراسة التحليلية

النوع / مستوى مشاهدة قناة MBC بالدرجات	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
المنخفض= ٢-٣	٧٢	٣٤,٣	٦٤	٣٠,٥	١٣٦	٣٢,٤	٠,٠٨٣	غير دالة
المتوسط= ٤-٥	٨٠	٣٨,١	٩٢	٤٣,٨	١٧٢	٤١	١,١٩	غير دالة
المرتفع= ٦-٧	٥٨	٢٧,٦	٥٤	٢٥,٧	١١٢	٢٦,٧		
المجموع	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٤٢٠	١٠٠		

كا٢ = ١,٤٥ درجة الحرية= ٢ مستوى المعنوية= ٠,٤٨

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- تتوزع معدلات مشاهدة الرأي العام المصري عينة الدراسة **لقناة MBC** عينة الدراسة التحليلية على **ثلاث فئات هي: المشاهدة منخفضة المستوى** ويحصل المبحوث فيها من درجتين إلى ثلاث درجات بنسبة (٣٢,٤%)، وتتوزع على الذكور بنسبة (٣٤,٣%) والإناث بنسبة (٣٠,٥%)، والفارق بينهما **غير دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٠٨٣) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%)، **والمشاهدة متوسطة المستوى** ويحصل المبحوث فيها من أربع درجات إلى خمس درجات بنسبة (٤١%)، وتتوزع على الذكور بنسبة (٣٨,١%) والإناث بنسبة (٤٣,٨%)، والفارق بينهما **غير دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,١٩) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%)، **والمشاهدة مرتفعة المستوى** ويحصل المبحوث فيها من ست إلى سبع درجات بنسبة (٢٦,٧%)، وتتوزع على الذكور بنسبة (٢٧,٦%) والإناث بنسبة (٢٥,٧%)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة **غير دالة** إحصائياً بين النوع ومقياس مشاهدة نشرات الأخبار في قناة

MBC عينة الدراسة التحليلية (كا^{2}= ١,٤٥، درجة الحرية= ٢، مستوى المعنوية= ٠,٤٨).

١١- مقياس مشاهدة نشرات الأخبار في قناة الجزيرة عينة الدراسة التحليلية:

يوضح الجدول التالي رقم (٥١) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومقياس مشاهدة نشرات الأخبار التي تقدمها قناة الجزيرة عينة الدراسة التحليلية

جدول رقم (٥١)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومقياس مشاهدة نشرات الأخبار التي تقدمها قناة الجزيرة عينة الدراسة التحليلية

النوع / مستوى مشاهدة قناة الجزيرة بالدرجات	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
المنخفض= ٢-٣	٢١	١٠	٢٤	١١,٤	٤٥	١٠,٧	٠,٤٦	غير دالة
المتوسط= ٤-٥	٦٩	٣٢,٩	٨٤	٤٠	١٥٣	٣٦,٤	١,٥١	غير دالة
المرتفع= ٦-٧	١٢٠	٥٧,١	١٠٢	٤٨,٦	٢٢٢	٥٢,٩	١,٧٤	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٤٢٠	١٠٠		

كا^{2}= ٣,١٣ درجة الحرية= ٢ مستوى المعنوية= ٠,٢١

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- تتوزع معدلات مشاهدة الرأي العام المصري عينة الدراسة **لقناة الجزيرة** عينة الدراسة التحليلية على ثلاث فئات هي: **المشاهدة منخفضة المستوى** ويحصل المبحوث فيها من درجتين إلى ثلاث درجات بنسبة (١٠,٧%)، وتتوزع على الذكور بنسبة (١٠%)، والإناث بنسبة (١١,٤%)، والفارق بينهما **غير دال** إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٤٦) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%)، **والمشاهد متوسطة المستوى** ويحصل المبحوث فيها من أربع إلى خمس درجات بنسبة (٣٦,٤%)، وتتوزع على الذكور بنسبة (٣٢,٩%) والإناث بنسبة (٤٠%)، والفارق بينهما **غير دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٥١)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%)، **والمشاهدة مرتفعة المستوى** ويحصل المبحوث فيها من ست إلى سبع درجات بنسبة (٥٢,٩%)، وتتوزع على الذكور بنسبة (٥٧,١%) والإناث بنسبة (٤٨,٦%)، والفارق بينهما غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٧٤) وهي أقل من القيمة

الجدولية (١,٩٦)، **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة **غير دالة** بين النوع ومستوى مشاهدة قناة الجزيرة (كا٢= ٣,١٣، درجة الحرية= ٢، مستوى المعنوية= ٠,٢١).

١٢- درجات اعتماد الرأي العام المصري عينة الدراسة على نشرات الأخبار في قناة MBC للحصول على معلومات حول القضايا المهمة:

يوضح الجدول التالي رقم (٥٢) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ودرجات الاعتماد على نشرات الأخبار في قناة MBC عينة الدراسة التحليلية للحصول على معلومات حول القضايا المصرية والعربية والدولية.

جدول رقم (٥٢)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ودرجات الاعتماد على نشرات الأخبار في قناة MBC للحصول على معلومات حول القضايا المصرية والعربية والدولية

درجات الاعتماد / القضايا	درجة اعتماد كبيرة								درجة اعتماد متوسطة								درجة اعتماد قليلة							
	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
القضايا المصرية	٥٨	٢٧,٦	٣٩	١٨,٦	٩٧	٢٣,١	٢,٠٥	دالة	٨٥	٤٠,٥	١١٦	٥٥,٢	٢٠١	٤٧,٩	٣,٠٢	دالة	٦٧	٣١,٩	٥٥	٢٦,٢	١٢٢	٢٩	١,٢٩	غير دالة
القضايا العربية	٦٤	٣٠,٥	٥٣	٢٥,٢	١١٧	٢٧,٩	١,٢١	غير دالة	٩٠	٤٢,٩	١١٦	٥٥,٢	٢٠٦	٤٩	٢,٥٢	دالة	٥٦	٢٦,٧	٤١	١٩,٥	٩٧	٢٣,١	١,٧٥	غير دالة
القضايا الدولية	٦٩	٣٢,٩	٥٠	٢٣,٨	١١٩	٢٨,٣	٠,٠٢	غير دالة	٨٢	٣٩	١١٤	٥٤,٣	١٩٦	٤٦,٧	٣,١٤	دالة	٥٩	٢٨,١	٤٦	٢١,٩	١٠٥	٢٥	١,٤٧	غير دالة
المجموع	٢١٠		٢١٠		٤٢٠				٢١٠		٢١٠		٤٢٠				٢١٠		٢١٠		٤٢٠			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- يعتمد (٢٧,٦%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في **قناة MBC** عينة الدراسة التحليلية للحصول على معلومات حول **القضايا المصرية اعتماداً كبيراً**، مقابل (**١٨,٦%) من الإناث**، والفارق بين النسبتين **دال إحصائياً**، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٠٥) وهي أعلى من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويعتمد (٣٠,٥%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في **قناة MBC** للحصول على معلومات حول **القضايا العربية** اعتمادا كبيرا، مقابل (٢٥,٢%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٢١) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويعتمد (٣٢,٩%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في قناة MBC للحصول على معلومات حول **القضايا الدولية** اعتماداً كبيراً، مقابل (٢٣,٨%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٠٢) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويعتمد (٤٠,٥%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في قناة MBC للحصول على معلومات حول **القضايا المصرية اعتماداً متوسطاً**، مقابل (٥٥,٢%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٣,٠٢) وهي أعلى من القيمة الجدولية (٢,٥٨) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٩%).
- ويعتمد (٤٢,٩%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في قناة MBC للحصول على معلومات حول **القضايا العربية** اعتماداً متوسطاً، مقابل (٥٥,٢%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٥٢) وهي أعلى من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويعتمد (٣٩%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في قناة MBC للحصول على معلومات حول **القضايا الدولية** اعتماداً متوسطاً، مقابل (٥٤,٣%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **دال** إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٣,١٤) وهي أعلى من القيمة الجدولية (٢,٥٨) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٩%).

- ويعتمد (٣١,٩%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في قناة MBC للحصول على معلومات حول **القضايا المصرية** اعتمـادا قلـيلا مقابل (٢٦,٢%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصـائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٢٩) **وهي أقل** مـن القيمـة الجدوليـة (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائيا بمستوى ثقة (٩٩%).
- ويعتمد (٢٦,٧%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في قناة MBC للحصول على معلومات حول **القضايا العربية** اعتماداً قليلاً مقابل (١٩,٥%)من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٧٥) **وهي** أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويعتمد (٢٨,١%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في قناة MBC للحصول على معلومات حول **القضايا الدولية** اعتماداً قليلاً مقابل (٢١,٩%) من الإناث، والفارق بين النسبتين غير دال إحصـائياً حيـث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٢٩) وهي أقل من القيمة الجدوليـة (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).

١٣- درجات اعتماد الرأي العام المصري عينة الدراسـة علـى نشرات الأخبار في قناة الجزيرة للحصول علـى معلومـات حول القضايا المهمة:

يوضح الجدول التالي رقم (٥٣) توزيع الرأي العام المصري عينـة الدراسة طبقاً للنوع ودرجات الاعتماد على نشرات الأخبار في قناة الجزيرة عينة الدراسة التحليلية للحصول على معلومات حـول القضـايا المصـرية والعربية والدولية.

جدول رقم (٥٣)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ودرجات الاعتماد على نشرات الأخبار في قناةَ الجزيرة للحصول على معلومات حول القضايا المصرية والعربية والدولية

درجات الاعتماد / القضايا	درجة اعتماد كبيرة							
	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
القضايا المصرية	١٤٦	٦٩,٥	١٣٥	٦٤,٣	٢٨١	٦٦,٩	١,١٣	غير دالة
القضايا العربية	١٥٠	٧١,٤	١٢٥	٥٩,٥	٢٧٥	٦٥,٥	٢,٥٦	دالة
القضايا الدولية	١٣٥	٦٤,٣	١٢٣	٥٨,٦	٢٥٨	٦١,٤	١,٢٠	غير دالة
جملة من سئولا	٢١٠		٢١٠		٤٢٠			

درجات الاعتماد / القضايا	درجة اعتماد متوسطة							
	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
القضايا المصرية	٤٨	٢٢,٩	٥٤	٢٥,٧	١٠٢	٢٤,٣	٠,٦٧	غير دالة
القضايا العربية	٤٨	٢٢,٩	٦٨	٣٢,٤	١١٦	٢٧,٦	٢,١٨	دالة
القضايا الدولية	٥٣	٢٥,٢	٦٢	٢٩,٥	١١٥	٢٧,٤	٠,٩٩	غير دالة
جملة من سئولا	٢١٠		٢١٠		٤٢٠			

درجات الاعتماد / القضايا	درجة اعتماد قليلة							
	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
القضايا المصرية	١٦	٧,٦	٢١	١٠	٣٧	٨,٨	٠,٨٧	غير دالة
القضايا العربية	١٢	٥,٧	١٧	٨,١	٢٩	٦,٩	٠,٩٧	غير دالة
القضايا الدولية	٢٢	١٠,٥	٢٥	١١,٩	٤٧	١١,٢	٠,٤٥	غير دالة
جملة من سئولا	٢١٠		٢١٠		٤٢٠			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- يعتمد (٦٩,٥%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في قناة الجزيرة للحصول على معلومات حول **القضايا المصرية اعتماداً كبيــراً**، مقابل (٦٤,٣%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غيــر دال** إحصـــائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,١٣) وهي أقل مـــن القيمـــة الجدوليـــة (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويعتمد (٧١,٤%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في قناة الجزيرة للحصول على معلومات حول **القضايا العربيـــة** اعتماداً كبيـــراً، مقابل (٥٩,٥%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **دال** إحصائياً، حيـــث بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٥٦)، وهي أعلى من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويعتمد (٦٤,٣%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في قناة الجزيرة للحصول على معلومات حول **القضايا** الدولية اعتمـــاداً كبيـــراً، مقابل (٥٨,٦%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غيــر دال** إحصـــائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٢٠) وهي أقل مـــن القيمـــة الجدوليـــة (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويعتمد (٢٢,٩%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في قناة الجزيرة للحصول على معلومات حـــول **القضـــايا المصـــرية اعتمـــاداً متوسطاً**، مقابل (٢٥,٧%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غيــر دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٦٧) وهي أقل مـــن القيمـــة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالـــة إحصـــائياً بمســـتوى ثقـــة (٩٥%).
- ويعتمد (٢٢,٩%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في قناة الجزيرة للحصول على معلومات حول القضايا العربية اعتماداً متوسطاً، مقابل (٣٢,٤%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **دال** إحصائياً حيـــث بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,١٨) وهي أعلى من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويعتمد (٢٥,٢%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في قناة الجزيرة للحصول على معلومات حول القضايا الدولية اعتمادا متوســـطا، مقابل (٢٩,٥%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصـــائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٩٩) وهي **أقل** مـــن القيمـــة الجدوليـــة (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويعتمد (٧,٦%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في قنـــاة الجزيرة للحصول على معلومات حول **القضايا المصرية اعتماداً قلـــيلاً**،

مقابل (١٠%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٨٧)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائية بمستوى ثقة (٩٥%).

- ويعتمد (٥,٧%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في قناة الجزيرة للحصول على معلومات حول **القضايا العربية** اعتماداً قليلاً، مقابل (٨,١%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٩٧)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويعتمد (١٠,٥%) من الذكور عينة الدراسة على نشرات الأخبار في قناة الجزيرة للحصول على معلومات حول **القضايا الدولية** اعتماداً قليلاً، مقابل (١١,٩%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٤٥) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بمستوى ثقة (٩٥%).

١٤- درجات موافقة الرأي العام المصري عينة الدراسة على مقياس معالجة القضايا الهامة بقناة MBC عينة الدراسة التحليلية:

يوضح الجدول التالي رقم (٥٤) توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة وفقاً لدرجات موافقتهم على مقياس معالجة القضايا الهامة بقناة MBC عينة الدراسة التحليلية.

جدول رقم (٥٤)

توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة وفقاً لدرجات موافقتهم على مقياس معالجة القضايا المهمة بقناة MBC عينة الدراسة التحليلية

درجات الموافقة / العبارات	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%			
تعتمد على مراسلين أكفاء	٢٨٦	٦٨,١	١١٦	٢٧,٦	١٨	٤,٣	٢,٦٤	٠,٥٦٣	٨٨
تطرح الأحداث فور وقوعها مباشرة	٢٧٥	٦٥,٥	١٣٢	٣١,٤	١٣	٣,١	٢,٦٢	٠,٥٤٥	٨٧,٣
تدعم الأخبار بالمواد الفيلمية	٢٧٨	٦٦,٢	١١٨	٢٨,١	٢٤	٥,٧	٢,٦٠	٠,٥٩٥	٨٦,٧
تعتمد على خبراء	٢٧٦	٦٥,٧	١١٥	٢٧,٤	٢٩	٦,٩	٢,٥٩	٠,٦١٧	٨٦,٣
تعرض وجهات النظر	٢٧٠	٦٤,٣	١٢٥	٢٩,٨	٢٥	٦	٢,٥٨	٠,٦٠٢	٨٦
تقدم تحليل دقيق للأحداث	٢٦٠	٦١,٩	١٣٠	٣١	٣٠	٧,١	٢,٥٥	٠,٦٢٦	٨٥
جملة من سئلوا	٤٢٠								

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- جاءت عبارة **تعتمد على مراسلين أكفاء** كإحدى العبارات المتعلقة بمقياس معالجة القضايا المهمة في نشرات الأخبار بقناة MBC **بوزن مئوي (٨٨%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٦٨,١%)، نسبة المحايدين (٢٧,٦%)، ونسبة المعارضين (٤,٣%).
- وجاءت عبارة **تطرح الأحداث حول القضايا المهمة فور وقوعها مباشرة** كأحد العبارات المتعلقة بمقياس معالجة القضايا المهمة في نشرات الأخبار بقناة MBC **بوزن مئوي (٨٧,٣%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٦٥,٥%)، نسبة المحايدين (٣١,٤%)، ونسبة المعارضين (٣,١%).
- وجاءت عبارة **تدعم الأخبار حول القضايا المهمة بالمواد الفيلمية الحديثة والمرتبطة بالقضية** كأحد العبارات المتعلقة بمقياس معالجة القضايا المهمة في نشرات الأخبار بقناة MBC **بوزن مئوي (٨٦,٧%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٦٦,٢%)، نسبة المحايدين (٢٨,١%)، ونسبة المعارضين (٥,٧%).
- وجاءت عبارة **تعتمد على خبراء لشرح تطورات الأحداث حول القضايا المهمة** كإحدى العبارات المتعلقة بمقياس معالجة القضايا المهمة في نشرات الأخبار بقناة MBC **بوزن مئوي (٨٦,٣%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٦٥,٧%)، نسبة المحايدين (٢٧,٤%)، ونسبة المعارضين (٦,٩%).
- وجاءت عبارة **تعرض وجهات النظر بموضوعية حول القضايا المهمة** كإحدى العبارات المتعلقة بمقياس معالجة القضايا المهمة في نشرات الأخبار بقناة MBC **بوزن مئوي (٨٦%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٦٤,٣%)، نسبة المحايدين (٢٩,٨%)، ونسبة المعارضين (٦%).
- وجاءت عبارة **تقدم التحليل الدقيق الذي يشرح جميع جوانب القضايا المهمة** كإحدى العبارات المتعلقة بمقياس معالجة القضايا المهمة في نشرات الأخبار بقناة MBC **بوزن مئوي (٨٥%)**، حيث بلغت نسبة المؤيدين (٦١,٩%)، نسبة المحايدين (٣١%)، ونسبة المعارضين (٧,١%).

وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين النوع ودرجات موافقة المبحوثين الذكور والإناث عينة الدراسة على مقياس متعلق بمعالجة القضايا المهمة بقناة MBC.

١٥- درجات موافقة الرأي العام المصري عينة الدراسة على مقياس متعلق بمعالجة القضايا المهمة بقناة الجزيرة عينة الدراسة التحليلية:

يوضح الجدول التالي رقم (٥٥) توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة وفقاً لدرجات موافقتهم على مقياس متعلق بمعالجة القضايا الهامة بقناة الجزيرة عينة الدراسة التحليلية:

جدول رقم (٥٥)

توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة وفقاً لدرجات موافقتهم على مقياس معالجة القضايا الهامة بقناة الجزيرة عينة الدراسة التحليلية

درجات الموافقة / العبارات	موافق .		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية
	ك	%	ك	%	ك	%			
تطرح الأحداث فور وقوعها	٣٨٧	٩٢,١	٣٠	٧,١	٣	٠,٧	٢,٩١	٠,٣٠٥	٩٧
تعتمد على مراسلين أكفاء	٣٢٨	٧٨,١	٧٤	١٧,٦	١٨	٤,٣	٢,٧٤	٠,٥٢٩	٩١,٣
تعتمد على خبراء	٣١٨	٧٥,٧	٧٧	١٨,٣	٢٥	٦	٢,٧٠	٩٠	٩٠
تدعم الأخبار بالمواد الفيلمية	٣٠٩	٧٣,٦	٨٩	٢١,٢	٢٢	٥,٢	٢,٦٨	٠,٥٦٧	١٩,٣
تقدم تحليل دقيق للأحداث	٣٠٥	٧٢,٦	٩٥	٢٢,٦	٢٠	٤,٨	٢,٦٨	٠,٥٦٠	٨٩,٣
تعرض وجهات النظر المختلفة	٢٩٣	٦٩,٨	١٠٢	٢٤,٣	٢٥	٦	٢,٦٤	٠,٥٩٢	٨٨
جملة من سئلوا	٤٢٠								

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- جاءت عبارة **تطرح الأحداث حول القضايا المهمة فور وقوعها مباشرة** كأحد العبارات المتعلقة بقياس درجات الموافقة نحو معالجة القضايا المهمة في نشرات الأخبار بقناة الجزيرة **بوزن مئوي (٩٧%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٩٢,١%)، نسبة المحايدين (٧,١%)، ونسبة المعارضين (٠,٧%).
- جاءت عبارة **تعتمد على مراسلين أكفاء لتغطية القضايا المهمة** كأحد العبارات المتعلقة بقياس درجات الموافقة نحو معالجة القضايا المهمة في نشرات الأخبار بقناة الجزيرة **بوزن مئوي (٩١,٣%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٧٨,١%)، نسبة المحايدين (١٧,٦%)، ونسبة المعارضين (٤,٣%).
- وجاءت عبارة **تعتمد على خبراء لشرح تطورات الأحداث حول القضايا المهمة** كأحد العبارات المتعلقة بقياس درجات الموافقة نحو معالجة القضايا المهمة في نشرات الأخبار بقناة الجزيرة **بوزن مئوي (٩٠%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٧٥,٧%)، نسبة المحايدين (١٨,٣%)، ونسبة المعارضين (٦%).

- وجاءت عبارة **تدعم الأخبار حول القضايا المهمة بالمواد الفيلمية الحديثة والمرتبطة بالقضية** كأحد العبارات المتعلقة بقياس درجات الموافقة نحو معالجة القضايا الهامة في نشرات الأخبار بقناة الجزيرة **بوزن مئوي (٨٩,٣%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٧٣,٦%)، نسبة المحايدين (٢١,٢%)، ونسبة المعارضين (٥,٢%).
- وجاءت عبارة **تقدم تحليلاً دقيقاً يشرح جميع جوانب القضايا المهمة** كإحدى العبارات المتعلقة بقياس درجات الموافقة نحو معالجة القضايا المهمة في نشرات الأخبار بقناة الجزيرة **بوزن مئوي (٨٩,٣%)**، حيث بلغت نسبة الموافقين (٧٢,٦%)، نسبة المحايدين (٢٢,٦%)، ونسبة المعارضين (٤,٨%).
- جاءت عبارة **تعرض وجهات النظر المختلفة حول الحدث** كإحدى العبارات المتعلقة بقياس درجات الموافقة ومعالجة القضايا المهمة في نشرات الأخبار بقناة الجزيرة **بوزن مئوي** (٨٨%)، حيث بلغت نسبة الموافقين (٦٩,٨%)، نسبة المحايدين (٢٤,٣%)، ونسبة المعارضين (٦%).

وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين النوع ودرجات موافقة المبحوثين الذكور والإناث عينة الدراسة على مقياس معالجة القضايا المهمة بقناة الجزيرة عينة الدراسة التحليلية في جمع العبارات السابق الإشارة إليها.

١٦- درجات مناقشة الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا المصرية والعربية والدولية مع آخرين:

يوضح الجدول التالي رقم (٥٦) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة وفقاً لدرجات مناقشتهم للقضايا المصرية والعربية والدولية الهامة مع آخرين.

جدول رقم (٥٦)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة وفقاً لدرجات مناقشتهم للقضايا المصرية والعربية والدولية مع آخرين

المعدلات / نوع القضايا	دائماً						أحياناً						نادراً					
	الذكور		الإناث		قيمة Z	مدى الدلالة	الذكور		الإناث		قيمة Z	مدى الدلالة	الذكور		الإناث		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%			ك	%	ك	%			ك	%	ك	%		
القضايا المصرية	١٠٦	٥٠,٥	٩٤	٤٤,٨	١,١٧	غير دالة	٥٩	٢٨,١	٥٩	٢٨,١	٠,٠٠	غير دالة	١٥	٧,١	١٩	٩	٠,٧٢	غير دالة
القضايا العربية	٧٤	٣٥,٢	٤٥	٢١,٤	٣,١٤	دالة	٧٨	٣٧,١	٩٣	٤٤,٣	١,٥٠	غير دالة	١٦	٧,٦	١٦	٧,٦	٠,٠٠	غير دالة
القضايا الدولية	٤٩	٢٣,٣	٣١	١٤,٨	٢,٢٢	دالة	٥٥	٢٦,٢	٥٨	٢٧,٦	٠,٣٢	غير دالة	٥٩	٢٨,١	٦٢	٢٩,٥	٠,٠٠	غير دالة
جملة من سئلوا	٢١٠		٢١٠				٢١٠		٢١٠				٢١٠		٢١٠			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- **يتناقش دائماً** (٥٠,٥%) من الذكور عينة الدراسة حول **القضايا المصرية** مقابل (٤٤,٨%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,١٧) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- **ويتناقش دائماً** (٣٥,٢%) من الذكور عينة الدراسة حول **القضايا العربية** مقابل (٢١,٤%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **دال** إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٣,١٤) وهي أعلى من القيمة الجدولية (٢,٥٨) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٩%).
- **ويتناقش دائماً** (٢٣,٣%) من الذكور عينة الدراسة حول **القضايا الدولية**، مقابل (١٤,٨%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٢٢) وهي أعلى من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- **يتناقش أحياناً** (٢٨,١%) من الذكور عينة الدراسة حول **القضايا المصرية**، مقابل (٢٨,١%) من الإناث، وبلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٠٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- **ويتناقش أحياناً** (٣٧,١%) من الذكور عينة الدراسة حول **القضايا العربية** مقابل (٤٤,٣%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٥٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- **ويتناقش أحياناً** (٢٦,٢%) من الذكور عينة الدراسة حول **القضايا الدولية** مقابل (٢٧,٦%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٣٢) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- **ويتناقش نادراً** (٧,١%) من الذكور عينة الدراسة حول **القضايا المصرية**، مقابل (٩%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٧٢) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).

- **ويتناقش نادراً** (٧,٦%) من الذكور عينة الدراسة حول **القضايا العربية،** مقابل (٧,٦%) من الإناث، وبلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٠٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).
- **ويتناقش نادراً** (٢٨,١%) من الذكور عينة الدراسة حول **القضايا الدولية** مقابل (٢٩,٥%) من الإناث، والفارق بين النسبتين **غير دال** إحصائياً، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٠٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود فروق دالة إحصائياً بمستوى ثقة (٩٥%).

١٧- أهم الشخصيات التي يتناقش معها الرأي العام المصري عينة الدراسة حول القضايا المهمة التي تطرحها نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة التحليلية:

يوضح الجدول التالي رقم (٥٧) توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم الشخصيات التي يتناقشون معها حول القضايا المهمة التي تطرحها نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة التحليلية.

جدول رقم (٥٧)

توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم الشخصيات التي يتناقشون معها حول القضايا المهمة التي تطرحها نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة التحليلية

النوع / الشخصيات	الذكور			الإناث			المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%		
الأصدقاء	١٢١	٦٧,٢	١	٩٧	٥٦,٤	٢	٢١٨	٦١,٩	٢,٠٩	دالة
أفراد الأسرة	٨٨	٤٨,٩	٢	١١٨	٦٨,٦	١	٢٠٦	٥٨,٥	٣,٧٥	دالة
الزملاء	٥٦	٣١,١	٣	٤١	٢٣,٨	٣	٩٧	٢٧,٦	١,٥٣	غير دالة
جملة من سئلوا	٢١٠			٢١٠			٤٢٠			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- **أن أهم الشخصيات التي يتناقش معها الرأي العام المصري عينة الدراسة حول القضايا الهامة التي تطرحها نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية – بالترتيب – هي:** الأصدقاء (٦١,٩%)، أفراد الأسرة (٥٨,٥%)، والزملاء (٢٧,٦%).

- **وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائياً لصالح الــذكور الذين يتناقشون مع الأصدقاء ولصالح الإناث اللاتي يتناقشن مع أفــراد الأسرة على النحو التالي:**

- **أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق** دالة إحصــائياً بــين الــذكور والإناث في اعتبارهم **الأصدقاء** من أهم الشخصيات التي يتناقشون معها حول القضايا الهامة التي تطرحها نشرات الأخبار في القنوات الفضــائية العربية (٦٧,٢%، ٥٦,٤%)، حيث أن الفارق **دال إحصــائياً**، إذ بلغــت قيمة Z المحسوبة (٢,٠٩) وهي أكبر من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بنسبة (٩٥%)، **وأكد اســتخدام كــا^2** وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع ومناقشة القضايا التــي تطرحهــا نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربيــة مــع الأصــدقاء (كــا^2= ٤,٣٧٣، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٠٣٧).

- وأوضحت النتائج التفصيلية **وجود فروق دالة** إحصــائياً بــين الــذكور والإناث في اعتبارهم **أفراد الأسرة** من الشخصيات التي يتناقشون معهــا حول القضايا الهامة التي تطرحها نشرات الأخبار في القنوات الفضــائية العربية (٤٨,٩%، ٦٨,٦%)، حيث أن الفارق **دال** إحصــائياً، إذ بلغــت قيمة Z المحسوبة (٣,٧٥) وهي أكبر من القيمة الجدولية (٢,٥٨) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بنسبة (٩٩%)، **وأكد استخدام اختبار كا^2** وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع ومناقشة القضايا **التي** تطرحهــا نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية مع أفراد الأســرة (كــا^2= ١٤,٠٨٥، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٠٠).

- وأوضحت النتائج التفصيلية **وجود فروق غير دالــة** إحصائياً بين الذكور والإناث في اعتبارهم **الزملاء** من أهم الشخصيات التي يتناقشون معهــا حول القضايا الهامة التي تطرحها نشرات الأخبار في القنوات الفضــائية العربية (٣١,١%، ٢٣,٨%)، حيث بلغت قيمــة Z المحســوبة (١,٥٣) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقــة بــين المتغيرين بنسبة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا^2** وجود علاقة غيــر دالة إحصائياً بين النوع ومناقشة القضايا التي تطرحها نشرات الأخبــار في القنوات الفضائية العربية مع الزملاء في العمل (كا^2= ٢,٣٣١، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,١٢٧).

١٨- قدرة القنوات الفضائية العربية على التأثير في الرأي العام عينة الدراسة من خلال تشكيل مواقفه وآرائه نحو القضايا الراهنة من وجهة نظر الرأي العام المصري عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (٥٨) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى قدرة القنوات الفضائية العربية على التأثير في الرأي العام من خلال تشكيل مواقفه وآرائه نحو القضايا الراهنة من وجهة نظرهم.

جدول رقم (٥٨)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى قدرة القنوات الفضائية العربية على التأثير في الرأي العام من خلال تشكيل مواقفه وآرائه نحو القضايا الراهنة من وجهة نظرهم

النوع / مدى التأثير على الرأي العام	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
نعم	١٢٨	٦١	١٢٤	٥٩	٢٥٢	٦٠	٠,٤٢	غير دالة
لا	٨٢	٣٩	٨٦	٤١	١٦٨	٤٠	٠,٤٢	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- يرى (٦٠%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة أن القنوات الفضائية العربية **قادرة** على التأثير في الرأي العام من خلال تشكيل مواقفه وآرائه نحو القضايا الراهنة، **وتتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يرون ذلك (٦١%، ٥٩%)، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٤٢) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- ويرى (٤٠%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة أن القنوات الفضائية العربية **غير قادرة** على التأثير في الرأي العام من خلال تشكيل مواقفه وآرائه نحو القضايا الراهنة، **وتتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يرون ذلك (٣٩%، ٤١%)، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٤٢) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **وأكد اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع ومدى اعتقاد الرأي العام المصري عينة الدراسة في قدرة القنوات الفضائية على التأثير في الرأي العام (كا٢= ٠,١٥٩، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٦٩٠).



الفصل التاسع

استطلاع للرأي حول تطوير الخدمات الإخبارية بالقنوات الفضائية العربية

١- مدى موافقة الرأي العام المصري عينة الدراسة على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة:

يوضح الجدول التالي رقم (٥٩) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى موافقة المبحوثين عينة الدراسة على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة.

جدول رقم (٥٩)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى موافقة المبحوثين عينة الدراسة على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة

النوع / مدى الموافقة	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
نعم	١٥٥	٧٣,٨	١٤٧	٧٠	٣٠٢	٧١,٩	٠,٨٧	غير دالة
لا	٥٥	٢٦,٢	٦٣	٣٠	١١٨	٢٨,١	٠,٨٧	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها:

- **يوافق** (٧١,٩%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة، **وتتقارب** نسبة الذكور والإناث القائلين بذلك (٧٣,٨%، ٧٠%)،حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٨٧) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **ولا يوافق** (٢٨,١%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة، **وتتقارب** نسبة الذكور والإناث القائلين بذلك (٢٦,٢%، ٢٨,١%)، حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٨٧) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **وأكد استخدام اختبار كا^{٢}** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع ومدى موافقة الرأي العام المصري عينة الدراسة على إنشاء قنوات إخبارية

مصرية خاصة (كا٢= ٠,٧٥٤، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٣٨٥).

٢- أهم أسباب موافقة الرأي العام المصري عينة الدراسة على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة:

يوضح الجدول التالي رقم (٦٠) توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يوافقون على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة طبقاً للنوع وأهم أسباب الموافقة على إنشائها.

جدول رقم (٦٠)

توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يوافقون على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة طبقاً للنوع وأهم أسباب الموافقة على إنشائها

النوع / أسباب الموافقة	الذكور			الإناث			المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	Z	
عرض وجهات النظر المختلفة	٤٠	٢٥,٨	٢	٤٥	٣٠,٦	١	٨٥	٢٨,١	٠,٩٣	غير دالة
لمنافسة القنوات الإخبارية العربية	٣٤	٢١,٩	٤	٣٩	٢٦,٥	٤	٧٣	٢٤,٢	٠,٩٣	غير دالة
لزيادة مصداقية الأخبار في الإعلام المصري	٣٠	١٩,٤	٥	٤٢	٢٨,٦	٣	٧٢	٢٣,٨	١,٨٧	غير دالة
سرعة التغطية الإخبارية	٤٢	٢٧,١	١	٤٣	٢٨,٧	٢	٨٥	٢٨,٢	٠,٤٢	غير دالة
لتقديم الأخبار بموضوعية	٣٥	٢٢,٦	٣	١٨	١٢,٢	٦	٥٣	١٧,٥	٢,٣٨	دالة
لاستعادة مكانة مصر وريادتها الإعلامية	٢٢	١٤,٢	٦	٢٣	١٥,٦	٥	٤٥	١٤,٩	٠,٣٤	غير دالة
لحاجة الجمهور المصري إلى صناعة أخبار مصرية موثوق بها	١٥	٩,٧	٧	١٣	٨,٨	٧	٢٨	٩,٣	٠,٢٧	غير دالة
للتأثير في الرأي العام المصري عينة الدراسة والعربي والعالمي	١٥	٩,٧	٧م	١٢	٨,٢	٨	٢٧	٨,٩	٠,٤٦	غير دالة
للابتعاد عن المعالجة الرسمية للأحداث المختلفة	٨	٥,٢	٩	٩	٦,١	٩	١٧	٥,٦	٠,٣٤	غير دالة
لتغطية الأحداث من جميع جوانبها	١١	٧,١	١٠	٤	٢,٧	١٢	١٥	٥	١,٧٦	غير دالة
لزيادة إمكانات عمل المراسلين في التغطية الإخبارية	٥	٣,٢	١١	٦	٤,١	١٠	١١	٣,٦	٠,٤٢	غير دالة
لأنها ستعتمد على مصادر موثوق بها	٤	٢,٦	١٢	٤	٢,٦	١٣	٨	٢,٦	٠,٠٠	غير دالة
عرض الرأي والرأي الآخر بحياد	٢	١,٣	١٥	٥	٣,٤	١١	٧	٢,٣	٠,٣٥	غير دالة
الرد على أكاذيب القنوات الأخرى	٤	٢,٦	١٣	٣	٢	١٤	٧	٢,٣	٠,٣٥	غير دالة

النوع / أسباب الموافقة	الذكور			الإناث			المجموع		قيمة	مدى
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	Z	الدلالة
تلبي احتياجات الجمهـور الإخبارية	١	٠,٦	٢١	٢	١,٤	١٥	٣	١	٠,٧٠	غير دالة
تهـتم بالعناصـر الفنيـة المصاحبة للخبر	٣	١,٩	١٤	–	–	–	٣	١	لصالح الذكور فقط	
الابتعاد عن الرقابة	٢	١,٣	١٥م	–	–	–	٢	٠,٧	لصالح الذكور فقط	
لعـدم تغطيـة الأخبـار المصرية بصورة جيدة في القنوات العربية	–	–	–	٢	١,٤	١٥م	٢	٠,٧	لصالح الإناث فقط	
لأن مصر بها كوادر قادرة على المنافسة بـدلاً مـن تصديرهم للخارج	–	–	–	٢	١,٤	١٥م	٢	٠,٧	لصالح الإناث فقط	
للـتخلص مـن احتكـار الجزيرة للأخبار	٢	١,٢	١٦	–	–	–	٢	٠,٧	لصالح الذكور فقط	
لأن التخصـص والخصخصة همـا سـمتا الإعلام في العصر الحديث	١	٠,٠٦	١٧	–	–	–	١	٠,٣	لصالح الذكور فقط	
للاهتمام بقضايا الإرهـاب أكثر	١	٠,٦	١٧م	–	–	–	١	٠,٣	لصالح الذكور فقط	
نظراً لقلة وضعف مستوى القنوات الإخبارية العربية القائمة	١	٠,٦	١٧م	–	–	–	١	٠,٣	لصالح الذكور فقط	
لفـتح مجـالات جديـدة لصناعة الأخبار	–	–	–	٢	١,٤	١٥م	٢	٠,٧	لصالح الإناث فقط	
لتوفير فرص عمل جديدة	–	–	–	١	٠,٧	١٦	١	٠,٣	لصالح الإناث فقط	
جملة من سئلوا	١٥٥			١٤٧			٣٠٢			

تدل بيانات الجدول التالي على عدة نتائج من أهمها:

يمكن تقسيم أهم أسباب موافقة الرأي العام المصري عينة الدراسة على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة إلى أربع مجموعات هي:

(أ) **مجموعة أسباب حصلت على نسب موافقة تتراوح ما بين (٢٠-٣٠%) من المبحوثين على النحو التالي:** عرض وجهات النظر المصرية في الأحداث المختلفة (٢٨,١%)، منافسة القنوات الإخبارية العربية (٢٤,٢%)، زيادة مصداقية صناعة الأخبار في الإعلام المصري (٢٣,٨%)، وتحقيق سرعة التغطية والسبق الإخباري للأحداث المختلفة (٢٨,٢%).

(ب) **مجموعة أسباب حصلت على نسب موافقة تتراوح ما بين (١٠-٢٠%) من المبحوثين على النحو التالي:** تقديم الأخبار بموضوعية (٢٦,٤%)، واستعادة مكانة مصر وريادتها الإعلامية (١٤,٩%).

(ج) **مجموعة أسباب حصلت على نسب موافقة تتراوح ما بين (٥-١٠%) من المبحوثين على النحو التالي:** حاجة المصريين إلى صناعة أخبار مصرية موثوق بها (٩,٣%)، للتأثير في الرأي العام المصري والعربي والعالمي (٨,٩%)، للابتعاد عن المعالجة الرسمية للأحداث المختلفة (٥,٦%)، وتغطية الأحداث من جميع جوانبها (٥%).

(د) **مجموعة أسباب حصلت على نسب موافقة أقل من (٥%) من المبحوثين على النحو الآتي:** زيادة الإمكانات والمراسلين في التغطية الإخبارية (٣,٦%)، الاعتماد على مصادر موثوق بها في الحصول على الأخبار (٢,٦%)، عرض الرأي والرأي الآخر والرد على أكاذيب القنوات الأخرى (٢,٣%)، تلبية احتياجات الجمهور، والاهتمام بالعناصر الفنية المصاحبة للخبر (١%) لكل منهما، الابتعاد عن الرقابة وعدم تغطية الأخبار المصرية بصورة جيدة في القنوات العربية، ومصر بها كوادر لها القدرة على المنافسة بدلاً من إعارتهم للخارج، والتخلص من **احتكار الجزيرة** للأخبار (٠,٧) لكل منهم، ولأن التخصص والخصخصة سمتا الإعلام في العصر الحديث، للاهتمام بقضايا الإرهاب، وقلة وضعف مستوى القنوات الفضائية الإخبارية العربية، وفتح مجالات جديدة للأخبار، وتوفير فرص عمل جديدة، وتدعيم صناعة الأخبار بصورة أفضل (٠,٣)لكل منهم.

وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق بين الذكور والإناث في تحديدهم لأسباب الموافقة على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة على النحو الآتي:

- يزداد ذكر سبب **تقديم الأخبار بموضوعية** بين الذكور والإناث (٢٢,٦%، ١٢,٢%)، حيث أن الفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٢,٣٨) وهي أعلى من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع وذكر سبب تقديم الأخبار بموضوعية (كا٢= ٥,٥٧٠، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٠١٨).
- **كما أوضحت النتائج التفصيلية اقتصار تحديد بعض أسباب الموافقة على إنشاء قنوات فضائية إخبارية مصرية خاصة على الذكور فقط دون الإناث على النحو التالي:**
- ذكر (١,٩%) من المبحوثين الذكور عينة الدراسة لأنها **تهتم بالعناصر الفنية المصاحبة للخبر.**
- وذكر (١,٣%) من المبحوثين الذكور عينة الدراسة لأنها **ستبتعد عن الرقابة.**

- وذكر (١,٢%) من المبحوثين الذكور عينة الدراسة لأنها **ستخلص الجمهور من احتكار قناة الجزيرة للأخبار وستوفر مصدراً منافساً لها خاصة فيما يتصل بالأخبار المصرية.**
- وذكر (٠,٦%) من المبحوثين الذكور عينة الدراسة عدة أسباب أخرى هي: **التخصص والخصخصة** باعتبارهما من سمات الإعلام في العصر الحديث، **الاهتمام بقضايا الإرهاب**، وتوفير بديل نظراً لقلة عدد القنوات الإخبارية العربية وضعفها.
- **وأوضحت النتائج التفصيلية اقتصار تحديد بعض أسباب الموافقة على إنشاء قنوات فضائية إخبارية مصرية خاصة على الإناث دون الذكور على النحو الآتي:**
- **ذكرت** (١,٤%) من المبحوثات الإناث عينة الدراسة أن القنوات الحالية لا تقدم تغطية للأخبار المصرية بصورة جيدة في القنوات الفضائية العربية.
- **كما ذكرت** (١,٤%) من المبحوثات عينة الدراسة **أن مصر بها كوادر قادرة على المنافسة** بدلاً من إعارتهم إلى الخارج، ولفتح مجالات جديدة لصناعة الأخبار.
- **وذكرت** (٠,٧%) من المبحوثات عينة الدراسة لتوفير فرص عمل جديدة في مجال الأخبار.
- **وأوضحت النتائج التفصيلية عدم وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في تحديدهم لبعض أسباب موافقتهم على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة على النحو الآتي:**

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الموافقين على إنشاء قنوات إخبارية مصرية **لعرض وجهة النظر المصرية في الأحداث المختلفة** (٢٥,٨%، ٣٠,٦%)، فالفارق **غير دال** إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٩٣)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وذكر هذا السبب (كا٢= ٠,٢٩، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٥٩).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الموافقين على إنشاء قنوات إخبارية مصرية **لمنافسة القنوات الإخبارية العربية** (٢١,٩%، ٢٦,٥%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٩٣) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة

إحصائياً بين النوع وذكر هذا السبب (كا٢= ٠,٨٦٩، درجة الحريـــة= ١، مستوى المعنوية= ٠,٣٥١).

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الموافقين على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة **لزيادة مصـــداقية الأخبـــار فـــي الإعـــلام المصـــري** (١٩,٤%، ٢٨,٦%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٨٧) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كـــا٢** وجـــود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وذكر هذا الســـبب (كـــا٢= ٣,٥٣٠، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٠٦٠).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الموافقين على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة **لسرعة التغطية الإخبارية للأحداث المختلفة** (٢٧,١%، ٣٩,٣%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحســـوبة (٠,٤٢) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقـــة بـــين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقـــة غير دالة إحصائياً بين النوع وذكر السبب (كا٢= ٠,١٤، درجة الحريـــة= ١، مستوى المعنوية= ٠,٧١).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الموافقين على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة **لاستعادة مكانة مصر وريادتها الإعلاميـــة** (١٤,٢%، ١٥,٦%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحســـوبة (٠,٣٤)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقـــة بـــين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%) **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجـــود علاقـــة غير دالة إحصائياً بين النوع وذكر هذا السبب (كـــا٢= ٠,١٢٦، درجـــة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٧٢٣).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الموافقين على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة **لإشباع حاجة الجمهور المصري إلى صـــناعة أخبـــار مصـــرية موثوق بها** (٩,٧%، ٨,٨%)، حيث أن الفارق غيـــر دال إحصـــائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٢٧) وهي أقل من القيمة الجدوليـــة (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقـــة (٩٥%)، **وأكـــد استخدام اختبار كـــا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وذكر هذا السبب (كا٢= ٠,٢١، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٦٥٠).

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الموافقين على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة **للتأثير في الرأي العام المصري والعربي والعالمي فـي مختلـف القضايا** (٩,٧%، ٨,٢%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغـت قيمة Z المحسوبة (٠,٤٦) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئـة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد اسـتخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وذكر هـذا السـبب (كا٢= ٠,٢١٢، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٦٤٥).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الموافقين على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة **للابتعاد عن المعالجـة الرسـمية للأحـداث المختلفـة** (٥,٢%، ٦,١%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسـوبة (٠,٣٤) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كـا٢** وجـود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وذكر هذا السـبب (كـا٢= ٠,١٣١، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٧١٧).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الموافقين على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة **لتغطية الأحداث من جميع جوانبهـا** (٧,١%، ٢,٧%)، حيـث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٧٦) وهي أقـل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بـين المتغيـرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع وذكر هذا السبب (كا٢= ٣,٠٦٠، درجة الحرية= ١، مسـتوى المعنوية= ٠,٠٨٠).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الموافقين على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة **لزيادة الإمكانات الفنية وإعداد المراسلين في التغطية الإخباريـة** (٣,٢%، ٤,١%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمـة Z المحسوبة (٠,٤٢) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجـود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبـار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وذكر هذا السـبب (كـا٢= ٠,١٥٧، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٦٩٢).
- **يتساوى** الذكور والإناث الموافقين على إنشاء قنوات إخباريـة مصـرية خاصة **لاعتمادها على مصادر موثوق بها لاستقاء المعلومـات** (٢,٦%، ٢,٦%)، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٠٠)، وهـي أقـل مـن القيمـة

الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الموافقين على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة **لعرض الرأي والرأي الآخر بحياد** (١,٣%، ٣,٤%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٣٥) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وذكر هذا السبب (كا٢= ١,٤٨٥، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٢٢٣).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الموافقين على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة **للرد على أكاذيب القنوات الأخرى** (٢,٦%، ٢%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٣٥) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الموافقين على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة **لتلبية احتياجات الجمهور الإخبارية** (٠,٦%، ١,٤%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٧٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).

٣- أهم أسباب رفض الرأي العام المصري عينة الدراسة إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة:

يوضح الجدول التالي رقم (٦١) توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يرفضون إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة طبقاً للنوع وأهم أسباب رفضهم.

جدول رقم (٦١)

توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة الرافض إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة طبقاً للنوع وأهم أسباب رفضهم

النوع / أسباب الرفض	الذكور			الإناث			المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%		
لأنها ستكون متحيزة	٢١	٣٨,٢	١	٢٦	٤١,٣	١	٤٧	٣٩,٩	٠,٣٤	غير دالة
لن تستطيع منافسة القنوات الأخرى	١٢	٢١,٨	٢	٢٠	٣١,٧	٢	٣٢	٢٧,١	١,٢١	غير دالة
سوف يتحكم مالكيها في مضامينها	١٢	٢١,٨	٢م	١٤	٢٢,٢	٣	٢٦	٢٢	٠,٠٥	غير دالة
لن تقدم جديداً	١٠	١٨,٢	٤	٦	٩,٥	٤	١٦	١٣,٦	١,٣٨	غير دالة
هناك تخمة في القنوات الفضائية	٨	١٤,٥	٥	٦	٩,٥	٤م	١٤	١١,٩	٠,٨٤	غير دالة
لن تستطيع تغطية جميع الأحداث	٦	١٠,٩	٦	٥	٧,٩	٦	١١	٩,٣	٠,٥٦	غير دالة
لا توجد خبرة كافية لدينا لإدارة هذه القناة	٥	٩,١	٧	٥	٧,٩	٦م	١٠	٨,٥	٠,٢٣	غير دالة
لا يوجد تمويل كاف	٤	٧,٣	٩	٥	٧,٩	٦م	٩	٧,٦	٠,١٢	غير دالة
من الأفضل تطوير القنوات الحالية	–	–	–	٢	٣,٢	٩	٢	١,٧	لصالح الإناث فقط	
جملة من سئلوا	٥٥			٦٣			١١٨			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

يمكن تقسيم أهم أسباب رفض الرأي العام المصري عينة الدراسة إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة إلى ثلاث مجموعات هي:

(أ) **مجموعة أسباب حصلت على نسب رفض تتراوح ما بين (٢٠-٣٠%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة على النحو الآتي:** لأنها ستكون متحيزة لمصالح مالكيها وستخلق مناخاً من التنافس السلبي (٣٩,٧%)، لا تستطيع منافسة القنوات الفضائية الأخرى (٢٧,١%)، ولأن مالكيها سيتحكمون فيما تقدمه من وجهات نظر في القضايا المختلفة (٢٢%).

(ب) **مجموعة أسباب حصلت على نسب رفض تتراوح ما بين (١٠-٢٠%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة على النحو الآتي:** لأنها لن تقدم جديداً (١٣,٦%)، هناك تخمة في القنوات الفضائية على الساحة

الإعلامية الآن (١١,٩%)، ولأنها لن تقدم آراءً وتحليلات موضوعية في القضايا المختلفة (١٠,٢%).

(ج) **مجموعة أسباب حصلت على نسب رفض تتراوح ما بين (١-١٠%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة على النحو الآتي:** لن تستطيع تغطية جميع الأحداث والقضايا (٩,٣%)، لا توجد خبرة كافية لدينا لإدارة هذه القناة (٨,٥%)، لا يوجد تمويل كافٍ لإنتاج إخباري مميز (٧,٦%)، ومن الافضل الاكتفاء بالقنوات الموجودة بالفعل مع محاولة تطويرها (١,٧%).

- **وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث غير الموافقين على إنشاء قناة فضائية إخبارية مصرية خاصة في تحديدهم لأهم أسباب رفضهم على النحو الآتي:**
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يرفضون إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة **لأنها ستكون متحيزة ولن تقدم آراء وتحليلات موضوعية** (٣٨,٢%، ٤١,٣%)، حيث أن **الفارق غير دال** إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٣٤) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وذكر سبب التحيز كأحد أسباب رفض إنشاء القنوات الإخبارية (كا٢= ٠,٠١٦، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٨٩٩).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يرفضون إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة **لأنها لن تستطيع منافسة القنوات الموجود بالفعل** (٢١,٨%، ٣١,٧%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٢١) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة غير فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وذكر هذا السبب لعدم قدرتها على مناقشة القنوات الموجودة بالفعل (كا٢= ١,٤٦٤، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٢٢٦).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يرفضون إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة **لأن مالكيها سوف يتحكمون في مضامينها** (٢١,٨%، ٢٢,٢%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٠٥) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائيا بين النوع وذكر هذا السبب (كا٢= ٠,٠٠٣، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٩٥٨).

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يرفضون إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة **لأنها لن تقدم جديداً** (١٨,٢%، ٩,٥%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٣٨) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة غير فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا^{٢}** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وذكر هذا السبب (كا^{٢}= ١,٨٧٨، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,١٧١).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يرفضون إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة لأن **هناك تخمة في القنوات الفضائية الآن** (١٤,٥%، ٩,٥%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٨٤) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا^{٢}** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع وذكر هذا السبب (كا^{٢}= ٠,٧٠٨، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٤٠٠).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يرفضون إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة لأنها **لن تستطيع تغطية جميع الأحداث** (١٠,٩%، ٧,٩%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٥٦) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة دالة بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا^{٢}** وجود علاقة غير دالة بين المتغيرين (كا^{٢}= ٠,٣٠٧، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٥٨٠).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يرفضون إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة **لعدم وجود خبرة كافية لدى الإعلاميين المصريين لإدارة قناة بهذا الثقل تنافس القنوات الموجودة بالفعل** (٩,١%، ٧,٩%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٢٣)، وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا^{٢}** وجود علاقة دالة بين المتغيرين (كا^{٢}= ٠,٠٥٠، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٨٢٢).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين يرفضون إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة **لأنه لا يوجد تمويل كافي لصناعة خدمة إخبارية على مستوى عالمي** (٧,٣%، ٧,٩%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,١٢) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا^{٢}** وجود علاقة غير دالة بين المتغيرين (كا^{٢}= ٠,٠١٨، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٨٩٢).

- **واقتصر** ذكر سبب رفض إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة لأنه **من الأفضل الاكتفاء بالقنوات الموجودة بالفعل مع محاولة تطويرها** على المبحوثات **الإناث** عينة الدراسة بنسبة (٣,٢%).

٤- مدى وجود مقترحات لتطوير الخدمة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية:

يوضح الجدول التالي رقم (٦٢) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ووجود مقترحات لديهم لتطوير الخدمة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (٦٢)

توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للنوع ووجود مقترحات لديهم لتطوير الخدمة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية

النوع / وجود مقترحات	الذكور		الإناث		المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
يوجد	٣١	١٤,٨	٢٤	١١,٤	٥٥	١٣,١	١,٠٣	غير دالة
لا يوجد	١٧٩	٨٥,٢	١٨٦	٨٨,٦	٣٦٥	٨٦,٩	١,٠٣	غير دالة
المجموع	٢١٠	١٠٠	٢١٠	١٠٠	٤٢٠	١٠٠		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- توجد لدى (١٣,١%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة مقترحات لتطوير الخدمة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية، **وتتقارب** نسبة الذكور والإناث القائلين بذلك (١٤,٨%، ١١,٤%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٠٣) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- ولا توجد لدى (٨٦,٩%) من الرأي العام المصري عينة الدراسة مقترحات لتطوير الخدمة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية، **وتتقارب** نسبة الذكور والإناث القائلين بذلك (٨٥,٢%، ٨٨,٦%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٠٣) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).
- **وأكد استخدام اختبار كا^{٢} وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع ووجود مقترحات لتطوير** الخدمة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية لدى أفراد الرأي العام عينة الدراسة (كا^{٢}= ٠,٧٢٢، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٣٩٦).

٥- أهم المقترحات الخاصة بتطوير الخدمة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية:

يوضح الجدول التالي رقم (٦٣) توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين لديهم مقترحات لتطوير الخدمة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية طبقاً للنوع وأهم هذه المقترحات.

جدول رقم (٦٣)

توزيع إجابات الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين لديهم مقترحات لتطوير الخدمة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية طبقاً للنوع وأهم هذه المقترحات

النوع / المقترحات	الذكور			الإناث			المجموع		قيمة Z	مدى الدلالة
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	Z	
تقديم الأخبار بمصداقية	١٧	٥٤,٨	١	١٤	٥٨,٣	١	٣١	٥٦,٤	٠,٢٦	غير دالة
استخدام مراسلين ذوي كفاءة مرتفعة	١١	٣٥,٥	٢	٤	١٦,٧	٥	١٥	٢٧,٣	١,٥٥	غير دالة
تطوير الشكل والمضمون في صناعة الأخبار	٦	١٩,٤	٤	٧	٢٩,٢	٢	١٣	٢٣,٦	٠,٨٥	غير دالة
عرض الخبر مباشرة لتحقيق السبق دون انتظار موافقة بعض الجهات	٦	٢٥,٩	٣	٥	٢٩,١	٣	١١	٢٠	٠,٢٦	غير دالة
الجرأة في الطرح الإخباري	٣	٩,٧	٦	٥	٢٠,٨	٤	٨	١٤,٥	١,١٦	غير دالة
الاهتمام بمعالجة جميع المشكلات	٣	٩,٧	٦م	٤	١٦,٧	٥م	٧	١٢,٧	٠,٧٧	غير دالة
الاهتمام بعرض المواد الفيلمية أكثر	٥	١٦,١	٥	–	–	–	٥	٩,١	–	–
استضافة المحللين أكثر	٣	٩,٧	٦م	–	–	–	٣	٥,٥	لصالح الذكور	
تناول بعض القضايا المؤثرة على اقتصاد مصر والوطن العربي	٢	٦,٥	٩	–	–	–	٢	٣,٦	لصالح الذكور	
الاهتمام بأخبار الدول المهمشة	١	٣,٢	١١	١	٤,٢	٧	٢	٣,٦	٠,٢٠	غير دالة
زيادة عدد مواجيز الأنباء	٢	٦,٥	٩م	–	–	–	٢	٣,٦	لصالح الذكور	
عدم التدخل في الشئون الداخلية لأي دولة بأسلوب غير موضوعي	١	٣,٢	١١م	–	–	–	١	١,٨	لصالح الذكور	
جملة من سئلوا	٣١			٢٤			٥٥			

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

يمكن تقسيم مقترحات الرأي العام المصري عينة الدراسة لتطوير الخدمة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية إلى أربع مجموعات على النحو التالي:

(أ) **مقترح حصل على أكثر من (٥٠%)** يتمثل في إذاعة الأخبار بوضوح ومصداقية.

(ب) **مقترحات حصلت على نسب موافقة تتراوح ما بين (٢٠-٣٠%) من المبحوثين على النحو الآتي:** استخدام مراسلين على درجة كفاءة مرتفعة (٢٧,٣%)، تطوير الشكل والمضمون (٢٣,٦%)، وعرض الخبر مباشرة دون انتظار موافقة بعض الجهات (٢٠%).

(ج) **مقترحات حصلت على نسب موافقة تتراوح ما بين (١٠%-٢٠%) من المبحوثين على النحو الآتي:** الجرأة وعدم الخوف من السلطة (١٤,٥%)، والاهتمام بمعالجة جميع المشكلات (١٢,٧%).

(د) **مقترحات حصلت على نسب موافقة (أقل من ١٠%) من المبحوثين على النحو الآتي:** الاهتمام بعرض مواد فيلمية أكثر (٩,١%)، السرعة في نقل الأحداث (٧,٣%)، كثرة استضافة المحللين (٥,٥%)، تناول بعض القضايا المؤثرة على اقتصاد مصر والوطن العربي، الاهتمام بأخبار الدول المهمشة، وزيادة عدد مواجيز الأنباء نسبة (٣,٦%) لكل مقترح، وعدم التدخل في الشئون الداخلية لأي دولة بأسلوب غير موضوع (١,٨%).

- **وأوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق غير دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في تحديدهم لأهم المقترحات الخاصة بتطوير الخدمة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية على النحو الآتي:**

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين اقترحوا **تقديم الأخبار بمصداقية** (٥٤,٨%، ٥٨,٣%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٢٦) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا^{2}** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع والاقتراح بتقديم الأخبار بمصداقية (كا^{2}= ٠,٠٦٧، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٧٩٦).

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين اقترحوا **استخدام مراسلين على كفاءة مرتفعة** (٣٥,٥%، ١٦,٧%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً،

إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (١,٥٥) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع والاقتراح باستخدام مراسلين يتميزون بكفاءة مرتفعة (كا٢= ٢,٤١٥، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,١٢٠).

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين اقترحوا **تطوير الشكل والمضمون** (١٩,٤%، ٢٩,٢%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٨٥) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع والاقتراح بتطوير الشكل والمضمون **وأكد استخدام كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع والاقتراح بتطوير الشكل والمضمون (كا٢= ٠,٧٢٢، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٣٩٦).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين اقترحوا **عرض الخبر مباشرة دون انتظار موافقة بعض الجهات** بهدف تحقيق السبق الإخباري (١٩,٤%، ٢٠,٨%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,١٣) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)، **وأكد استخدام اختبار كا٢** وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين النوع والاقتراح بتحقيق السبق الإخباري (كا٢= ٠,٠١٨، درجة الحرية= ١، مستوى المعنوية= ٠,٨٩٢).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين اقترحوا أهمية **الجرأة في الطرح الإخباري وعدم الخوف من السلطة** (٩,٧%، ٢٠,٨%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z **المحسوبة** (١,١٦) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%)(*).
- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين اقترحوا ضرورة **الاهتمام بمعالجة جميع المشكلات لتطوير الخدمة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية** (٩,٧%، ١٦,٧%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٧٧) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).

(*) لم تطبق الباحثة اختبار كا٢ على باقي المقترحات لوجود خلايا أقل من رقم ٥.

- **تتقارب** نسبة الذكور والإناث الذين اقترحوا ضرورة **الاهتمـــام بأخبـــار الدولة المهمشـــة** (٣,٢%، ٤,٢%)، حيث أن الفارق غير دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (٠,٢٠) وهي أقل من القيمة الجدولية (١,٩٦) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة (٩٥%).

- **وأوضحت النتائج التفصيلية اقتصار بعض المقترحات علـــى المبحـــوثين الذكور فقط على النحو الآتي:** الاهتمـــام بعـــرض مـــواد فيلميـــة فقـــط (١٦,١%)، كثرة استضافة المحللين (٩,٧%)، تنـــاول بعـــض القضـــايا المؤثرة على اقتصاد مصر والوطن العربي (٦,٥%)، زيادة عدد مواجيز الأنباء (٦,٥%)، وعدم التدخل في الشئون الداخلية لأي دول بأسلوب غير موضوعي (٣,٢%).

الفصل العاشر
العلاقات بين متغيرات الدراسة

يوضح هذا المبحث أهم العلاقات الإحصائية بين متغيرات الدراسة المختلفة وهي النوع، المستوى الاقتصادي الاجتماعي، المستوى التعليمي، والسن كما توضحه جداول الدراسة التالية:

١- معدلات مشاهدة الرأي العام المصري عينة الدراسة لنشرات الأخبار طبقاً لمتغير النوع:

يوضح الجدول التالي رقم (٦٤) الفروق بين الرأي العام المصري عينة الدراسة في **معدلات مشاهدة عينة الدراسة** لنشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية.

جدول رقم (٦٤)

الفروق في معدلات مشاهدة الرأي العام المصري عينة الدراسة لنشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية

مشاهدة النشرات في MBC		مشاهدة النشرات في الجزيرة		قيمة ت	درجة الحرية(*)	مستوى المعنوية
المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
٤,٤٣	١,٦٣	٥,٤٩	١,٤٢	١٢,٥٤٨	٤١٩	٠,٠٠
ن = ٤٢٠						

أظهر اختبار "ت" للمجموعات المرتبطة **وجود فروق دالة إحصائياً بين معدلات مشاهدة المبحوثين للنشرات الإخبارية في قناة MBC ومعدلات مشاهدتهم لنشرات الأخبار في قناة الجزيرة، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٠)، وهذا الفارق لصالح مشاهدة المبحوثين لنشرات الأخبار في قناة الجزيرة**، حيث بلغت قيمة متوسطه الحسابي (٥,٤٩) مقابل (٤,٤٣) بالنسبة لنشرات الأخبار في **قناة MBC**.

٢- اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية والتليفزيون المصري:

يوضح الجدول التالي رقم (٦٥) توزيع الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً للفروق في اتجاهاتهم نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية والتليفزيون المصري.

(*) درجة الحرية في اختبار "ت" للمجموعات المرتبطة ن-١ (٤٢٠-١= ٤١٩).

جدول رقم (٦٥)

الفروق بين الرأي العام المصري عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية والتليفزيون المصري

الاتجاه نحو النشرات في الفضائيات العربية		الاتجاه نحو النشرات في التليفزيون المصري		قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
٦٣,٦٣	١٤,٣٣	٥٢,٠٨	١٨,٢٩	١١,٢٢١	٤١٩	٠,٠٠
ن = ٤٢٠						

أظهر اختبار "ت" للمجموعات المرتبطة **وجود فروق دالة إحصائياً** بين اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية العربية واتجاهاتهم نحو نشرات الأخبار في التليفزيون المصري، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٠)، وهذا الفرق **لصالح الاتجاه نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية**، حيث بلغت قيمة متوسطة الحسابي (٦٣,٦٣) مقابل (٥٢,٠٨) بالنسبة لنشرات الأخبار في التليفزيون المصري.

٣- الارتباط بين اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية وبين معدلات مشاهدتهم لها:

يوضح الجدول التالي رقم (٦٦) الارتباط بين اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية وبين معدلات مشاهدتهم لها.

جدول رقم (٦٦)

الارتباط بين اتجاهات الرأي العام عينة الدراسة نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية وبين معدلات مشاهدتهم لها

الاتجاه / المشاهدة	الاتجاه نحو النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية العربية	
	r	P
مشاهدة النشرات عموماً	٠,١٣	٠,٠٠٦
مشاهدة نشرات الجزيرة	٠,١١	٠,٠٢٩
مشاهدة نشرات MBC	-٠,٠٤	٠,٤٢٤
ن = ٤٢٠		

أظهر **معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة دالة إحصائياً** بين الاتجاه نحو مشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة وبين

مشاهدة هذه النشرات عموما، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٠٦)، وهذا الارتباط **طردي ضعيف** إذ بلغت قيمة بيرسون (٠,١٣).

- وأظهر **معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية دالة** إحصائيا بين الاتجاه نحو مشاهدة نشرات الأخبار في **قناة الجزيرة** ومشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية بوجه عام، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٢٩)، وهذا الارتباط **طردي ضعيف**، إذ بلغت قيمة بيرسون (٠,١٠٧).
- وأظهر **معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية غير دالة** إحصائيا بين الاتجاه نحو مشاهدة نشرات الأخبار في **قناة MBC** ومشاهدة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية بوجه عام، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٤٢)، وهذا **الارتباط طردي متوسط** إذ بلغت قيمة بيرسون (-٠,٠٣٩).

٤- اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو معالجة نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة للقضايا الهامة:

يوضح الجدول التالي رقم (٦٧) اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو معالجة نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية للقضايا الهامة.

جدول رقم (٦٧)

الفرق بين اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو معالجة نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية للقضايا الهامة

الاتجاه نحو معالجة MBC للقضايا الهامة		الاتجاه نحو معالجة الجزيرة للقضايا الهامة		قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
١٥,٥٩	٢,٦٦	١٦,٣٥	٢,٠٧	٥,٨٢٩	٤١٩	٠,٠٠
ن = ٤٢٠						

أظهر اختبار "ت" للمجموعات المرتبطة **وجود فروق دالة إحصائياً** بين اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو معالجة نشرات الأخبار في **قناة الجزيرة** للقضايا الهامة واتجاهاتهم نحو معالجة نشرات الأخبار في **قناة MBC** للقضايا الهامة، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٠)، **وهذا الفرق لصالح الاتجاه نحو معالجة نشرات الأخبار في قناة الجزيرة للقضايا الهامة**، حيث بلغت قيمة متوسطه الحسابي (١٦,٣٥) في مقابل (١٥,٥٩) بالنسبة لاتجاه الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو معالجة نشرات الأخبار في **قناة MBC** للقضايا الهامة.

٥- مشاهدة الرأي العام عينة الدراسة لنشرات الأخبار طبقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي:

يوضح الجدول التالي رقم (٦٨) الفرق بين الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي في مشاهدتهم لنشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية.

جدول رقم (٦٨)

الفرق بين الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي في مشاهدتهم لنشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية

المستوى الاقتصادي الاجتماعي / المشاهد	منخفض (ن=٣-١٦)		متوسط (ن=١٧-٣١)		مرتفع (ن=٣٢-٤٥)		قيمة ف	درجات الحرية	مستوى المعنوية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
مشاهدة النشرات الإخبارية عامة	٥,٨٨	١,٣٦	٦,١٤	١,٣٧	٥,٩١	١,٣٣	١,٨٨٤	٢ ٤١٧	٠,١٥٣
مشاهدة نشرات MBC	٤,٣٠	١,٦٣	٤,٥٣	١,٦١	٤,٥٦	١,٧٢	١,٠٣٦	٢ ٤١٧	٠,٣٥٦
مشاهدة نشرات الجزيرة	٥,٣٩	١,٤٥	٥,٥٨	١,٤٢	٥,٥٣	١,٣٢	٠,٨٩٣	٢ ٤١٧	٠,٤١٠

أظهر تحليل **التباين ذو البعد الواحد One Way ANOVA وجود فروق غير دالة** إحصائياً بين الرأي العام المصري عينة الدراسة من ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض والمتوسط والمرتفع من حيث مشاهدتهم لنشرات الأخبار بوجه عام ومشاهدتهم لنشرات الأخبار في **قناة MBC** ومشاهدتهم لنشرات الأخبار في **قناة الجزيرة**، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,١٥٣، ٠,٣٥٦، ٠,٤١٠) على التوالي.

وتوضح بيانات الجدول السابق **أن متوسط اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة من المجموعات الثلاث نحو مشاهدة النشرات الإخبارية بوجه عام متقاربة** حيث بلغت قيمته (٥,٨٨، ٦,١٤، ٥,٩١) على التوالي، وأن متوسط اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة من المجموعات الثلاث نحو مشاهدة النشرات الإخبارية في **قناة MBC** متقاربة حيث بلغت قيمته (٤,٣٠، ٤,٥٣، ٤,٥٦) على التوالي، وأن متوسط اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة من المجموعات الثلاث نحو مشاهدة النشرات الإخبارية في **قناة الجزيرة** متقاربة حيث بلغت قيمته (٥,٣٩، ٥,٥٨، ٥,٥٣) على التوالي.

٦- اتجاهات الرأي العام عينة الدراسة نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية والتليفزيون المصري طبقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي:

يوضح الجدول التالي رقم (٦٩) الفرق بين الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي في اتجاهاتهم نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية والتليفزيون المصري.

جدول رقم (٦٩)

الفرق بين الرأي العام المصري عينة الدراسة طبقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي في اتجاهاتهم نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية والتليفزيون المصري

المستوى الاقتصادي الاجتماعي / الاتجاه	منخفض (ن=٣-١٦)		متوسط (ن=١٧-٣١)		مرتفع (ن=٣٢-٤٥)		قيمة ف	درجات الحرية(*)	مستوى المعنوية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
نحو نشرات الفضائيات العربية	٣٣,٧٧	٤,٢٩	٣٤,٣٥	٤,٣٩	٣٤,٣١	٣,٧٠	٠,٩٣٤	٢ ٤١٧	٠,٣٩٤
نحو نشرات التليفزيون المصري	٢٤,٧٢	٤,١٤	٢٤,٤٨	٤,٥٩	٢٣,٣٨	٤,٤٣	١,٢٨٥	٢ ٤١٧	٠,٢٧٨

أظهر **تحليل التباين ذو البعد الواحد One Way Anova وجود فروق غير دالة إحصائياً بين أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض والمتوسط والمرتفع في اتجاهاتهم نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية وفي التليفزيون المصري**، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٣٩٤، ٠,٢٧٨) على التوالي.

وتوضح بيانات الجدول السابق أن **متوسط اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة في المجموعات الثلاث نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية متقارب**، حيث بلغت قيمته (٣٣,٧٧، ٣٤,٣٥، ٣٤,٣١) على التوالي، وأتضح **تقارب** متوسط اتجاهات المبحوثين في المجموعات الثلاث نحو نشرات الأخبار في التليفزيون المصري حيث بلغت قيمته (٢٤,٧٢، ٢٤,٤٨، ٢٣,٣٨) على التوالي.

(*) درجات الحرية في تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way ANOVA= عدد المجموعات -١، عدد المبحوثين - عدد المجموعات.

٧- اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو معالجة نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية للقضايا الهامة طبقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي:

يوضح الجدول التالي رقم (٧٠) الفرق بين اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو معالجة نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية للقضايا الهامة طبقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

جدول رقم (٧٠)

الفرق بين اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو معالجة نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة للقضايا الهامة طبقاً لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي

المستوى الاقتصادي الاجتماعي / الاتجاه نحو المعالجة	منخفض (ن=٣-١٦)		متوسط (ن-١٧-٣١)		مرتفع (ن=٣٢-٤٥)		قيمة ف	درجات الحرية	مستوى المعنوية
	ك	%	ك	%	ك	%			
معالجة نشرات MBC للقضايا الهامة	١٥,٦٢	٢,٧٨	١٥,٤٤	٢,٥٣	١٦,٢٨	٢,٨٠	١,٤٠٠	٢ ٤١٧	٠,٢٤٨
معالجة نشرات الجزيرة للقضايا الهامة	١٦,٣٩	١,٩٥	١٦,٢٣	٢,١٨	١٦,٨٨	١,٩٦	١,٣٩٩	٢ ٤١٧	٠,٢٤٨

أظهر استخدام تحليل التباين ذو البعد الواحد One Way ANOVA وجود فروق غير دالة إحصائياً بين أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض والمتوسط والمرتفع في اتجاهاتهم نحو معالجة نشرات MBC والجزيرة للقضايا الهامة، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٢٤٨، ٠,٢٤٨) على التوالي.

وتوضح بيانات الجدول السابق أن **متوسط اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة في المجموعات الثلاث** نحو معالجة نشرات الأخبار **في قناة MBC** للقضايا الهامة **متقاربة**، حيث بلغت قيمته (١٥,٦٢، ١٥,٤٤، ١٦,٢٨) على التوالي.

كما اتضح أن **متوسط اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة في المجموعات الثلاث** نحو معالجة نشرات الأخبار في **قناة الجزيرة** للقضايا الهامة متقاربة، حيث بلغت قيمته (١٦,٣٩، ١٦,٢٣، ١٦,٨٨) على التوالي.

٨- مشاهدة الرأي العام عينة الدراسة لنشرات الأخبار طبقاً لمتغير المستوى التعليمي:

يوضح الجدول التالي رقم (٧١) الفرق بين المستويات التعليمية لأفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة والفروق في معدلات مشاهدتهم لنشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة.

جدول رقم (٧١)

الفرق بين المستوى التعليمي لأفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة في معدلات مشاهدتهم لنشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية

مستوى التعليم / المشاهدة	مؤهل متوسط (ن=١٤٤)		مؤهل جامعي (ن=٢١٢)		دراسات عليا (ن=٦٤)		قيمة ف	درجات الحرية	مستوى المعنوية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
مشاهدة النشرة	٥,٩٤	١,٣٥	٦,٠١	١,٣٩	٦,١٦	١,٣٥	٠,٥٣١	٢ ٤١٧	٠,٥٨٨
مشاهدة النشرات في MBC	٤,٥٤	١,٦٨	٤,٢٦	١,٥٩	٤,٧٣	١,٦٠	٢,٥٨٥	٢ ٤١٧	٠,٠٧٧
مشاهدة النشرات في الجزيرة	٥,٥٣	١,٥٠	٥,٤٢	١,٣٦	٥,٦٤	١,٤٧	٠,٦٣١	٢ ٤١٧	٠,٥٣٢

أظهر تحليل التباين ذو البعد الواحد One Way ANOVA وجود فروق غير دالة إحصائياً بين أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على مؤهل متوسط والحاصلين على مؤهل جامعي والحاصلين على دراسات عليا في معدلات مشاهدتهم لنشرات الأخبار بوجه عام ونشرات الأخبار في **قناة MBC** ونشرات الأخبار في **قناة الجزيرة** بوجه خاص، حيث بلغت قيمة مستويات المعنوية (٠,٥٨٨، ٠,٠٧٧، ٠,٥٣٢) على التوالي.

وتوضح بيانات الجدول السابق **تقارب متوسطات اتجاهات مجموعات أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الثلاث نحو مشاهدة نشرات الأخبار بوجه عام**، حيث بلغت (٥,٩٤، ٦,٠١، ٦,١٦) على التوالي، كما يتضح تقارب متوسط مجموعات أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الثلاث نحو مشاهدة **قناة MBC** حيث بلغت قيمته (٤,٥٤، ٤,٢٦، ٤,٧٣) على التوالي، كما أتضح تقارب متوسطات مجموعات أفراد الرأي العام

المصري عينة الدراسة الثلاث نحو مشاهدة **قناة الجزيرة** حيث بلغت قيمتــه (٥,٥٣، ٥,٤٢، ٥,٦٤) على التوالي.

٩- اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحــو نشــرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية والتليفزيون المصري طبقاً لمتغير المستوى التعليمي:

يوضح الجدول التالي رقم (٧٢) الفرق بين المستوى التعليمي لأفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة في معدلات مشاهدتهم لنشرات الأخبــار في القنوات الفضائية العربية والتليفزيون المصري.

جدول رقم (٧٢)

الفرق بين المستوى التعليمي لأفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة في معدلات مشاهدتهم لنشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية والتليفزيون المصري

مستوى التعليم / الاتجاه	مؤهل متوسط (ن= ١٤٤)		مؤهل جامعي (ن=٢١٢)		دراسات عليا (ن= ٦٤)		قيمة ف	درجات الحرية	مستوى المعنوية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
نحو نشرات الفضائيات	٣٣,٨٢	٤,٠٧	٣٤,٣٧	٤,٣٩	٣٣,٧٨	٤,٤٩	٠,٨٩٣	٢ ٤١٧	٠,٤١٠
نحو نشرات التليفزيون المصري	٢٤,٦٦	٤,٧٦	٢٤,٥٨	٤,٣٥	٢٣,٨٦	٣,٥٦	٠,٨١٥	٢ ٤١٧	٠,٤٤٣

أظهر تحليل التباين ذو البعد الواحد One Way ANOVA وجود فروق غير دالة إحصائياً بين أفراد الرأي العام المصــري عينــة الدراســة الحاصلين على مؤهل متوسط والمبحوثين الحاصلين على مؤهــل جــامعي وأفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على الدراسات العليــا في اتجاهاتهم حول نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية ونشــرات الأخبار في التليفزيون المصري، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٤١٠، ٠,٤٤٣) على التوالي، كما توضح بيانــات الجــدول الســابق أن **متوســط** اتجاهات أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة في المجموعات الــثلاث نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية **متقاربة**، حيث بلغت قيمته (٣٣,٨٢، ٣٤,٣٧، ٣٣,٧٨) على التوالي، **وأتضح تقارب متوسط اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة في المجموعات الثلاث نحــو نشــرات الأخبار في التليفزيون المصري** حيــث بلغــت قيمتــه (٢٤,٦٦، ٢٤,٥٨، ٢٣,٨٦) على التوالي.

١٠- اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو معالجة نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية للقضايا الهامة طبقاً لمتغير المستوى التعليمي:

يوضح الجدول التالي رقم (٧٣) توزيع اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو معالجة نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية للقضايا الهامة طبقاً لمتغير المستوى التعليمي.

جدول رقم (٧٣)

توزيع اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو معالجة نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية للقضايا الهامة طبقاً لمتغير المستوى التعليمي

مستوى التعليم / المعالجة	مؤهل متوسط (ن=١٤٤)		مؤهل جامعي (ن=٢١٢)		دراسات عليا (ن=٦٤)		قيمة ف	درجات الحرية	مستوى المعنوية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
معالجة نشرات MBC للقضايا	١٥,٦٧	٢,٦٣	١٥,٣٠	٢,٧١	١٦,٣٦	٢,٤٥	٤,٠٦٧	٢ ٤١٧	٠,٠١٨
معالجة نشرات الجزيرة للقضايا	١٦,٦٤	٢,٠٦	١٦,١٢	٢,٠١	١٦,٤٧	٢,٢٣	٢,٨٦٨	٢ ٤١٧	٠,٠٥٨

أظهر استخدام تحليل التباين ذو البعد الواحد One Way ANOVA وجود فروق غير دالة إحصائياً بين أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على مؤهل متوسط وأفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على مؤهل جامعي والمبحوثين الحاصلين على دراسات عليا من حيث رأيهم في معالجة نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية للقضايا الهامة، حيث بلغت قيمة مستويات المعنوية (٠,٠١٨، ٠,٠٥٨) على التوالي، كما توضح بيانات الجدول السابق **أن متوسط اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة في المجموعات الثلاث** نحو معالجة نشرات الأخبار في **قناة MBC** للقضايا المختلفة مختلف حيث بلغت قيمته (١٥,٦٧، ١٥,٣٠، ١٦,٣٦) على التوالي، واتضح **تقارب** متوسط اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة في المجموعات الثلاث نحو معالجة نشرات الأخبار في **قناة الجزيرة** للقضايا المختلفة حيث بلغت قيمته (١٦,١٤، ١٦,١٢، ١٦,٤٧) على التوالي.

ولمعرفة **مصدر التباين** بين المستويات التعليمية في الاتجـاه نحـو معالجة نشرات MBC للقضايا الهامة تـم اسـتخدام الاختبـارات البعديـة (بطريقة LSD) والتي تظهر نتيجتها في الجدول التالي:

جدول رقم (٧٤)

مصدر التباين بين المستويات التعليمية في الاتجاه نحو معالجة نشرات قناة MBC للقضايا الهامة

المتغير التابع	المجموعة التعليمية الأولى	المجموعة التعليمية المقارنة	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
معالجة قناة MBC للقضايا	متوسط	جامعي	٠,٣٧	٠,١٩٦
		دراسات عليا	-٠,٦٩	٠,٠٨٢
	جامعي	دراسات عليا	-١,٠٦	٠,٠٠٥

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أظهرت الاختبارات البعدية وجود فروق دالة إحصائياً بـين المسـتوى الجامعي والدراسات العليا، حيث بلغ مستوى المعنوية (٠,٠٠٥) لصـالح **مجموعة الدراسات العليا.**
- وأظهرت الاختبارات البعدية وجود فروق غيـر دالـة بـين المسـتوى التعليمي المتوسط والمستوى التعليمي الجامعي من ناحية، وبين المستوى التعليمي المتوسط ومستوى الدراسات العليا من ناحية أخرى، ومما سبق يمكن الاستنتاج أن مصدر تباين مجموعة الدراسات العليا يرجع لأنهـم الأعلى في المتوسط الحسابي من مجموعة المستوى الجامعي.

١١- مشاهدة الرأي العام المصري عينـة الدراسـة لنشـرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية طبقاً لمتغير السن:

يوضح الجدول التالي رقم (٧٥) الفرق بين فئات السن لـدى أفـراد الرأي العام المصري عينة الدراسة في مشاهدتهم لنشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية.

جدول رقم (٧٥)

الفرق بين فئات السن لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة في مشاهدتهم لنشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية

السن / مشاهدة النشرات	من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة (ن=٢١٥)		من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ (ن=١٣٢)		٥٠ سنة فأكثر (ن= ٧٣)		قيمة ف	درجات الحرية	مستوى المعنوية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
مشاهدة النشرات عامة	٥,٩٥	١,٣٥	٦,٠٠	١,٣٥	٦,١٩	١,٤٤	٠,٨٣٣	٢ ٤١٧	٠,٤٣٥
مشاهدة النشرات في MBC	٤,٣٢	١,٦٣	٤,٥٣	١,٦٨	٤,٥٩	١,٥١	١,١٢٨	٢ ٤١٧	٠,٣٢٥
مشاهدة النشرات في الجزيرة	٥,٥٠	١,٤٣	٥,٣٨	١,٤٦	٥,٦٧	١,٣٢	١,٠٠٢	٢ ٤١٧	٠,٣٦٨

أظهر تحليل التباين ذو البعد الواحد One Way ANOVA وجود فروق غير دالة إحصائياً بين أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشريحة العمرية من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة والشريحة العمرية من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ سنة والشريحة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر في معدلات مشاهدتهم لنشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية بوجه عام ومعدلات مشاهدتهم لنشرات الأخبار التي تقدمها كل من **قناتي MBC والجزيرة** عينة الدراسة التحليلية، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٤٣٥، ٠,٣٢٥، ٠,٣٦٨) على التوالي.

- كما توضح بيانات الجدول السابق **أن متوسط معدلات مشاهدة** الرأي العام المصري عينة الدراسة من الفئات العمرية الثلاث للنشرات الإخبارية في القنوات الفضائية العربية بوجه عام **متقارب**، حيث بلغت قيمته (٥,٩٥، ٦,٠٠، ٦,١٩) على التوالي، وكذلك الأمر بالنسبة لمتوسط مشاهدة الرأي العام المصري عينة الدراسة من الفئات العمرية الثلاث للنشرات الإخبارية في **قناة MBC متقارب** حيث بلغت قيمته (٤,٣٢، ٤,٥٣، ٤,٥٩) على التوالي، كما اتضح **تقارب** متوسط مشاهدة الرأي العام المصري عينة الدراسة من الفئات العمرية الثلاث للنشرات الإخبارية في **قناة الجزيرة** حيث بلغت قيمته (٥,٥٠، ٥,٣٨، ٥,٦٧) على التوالي.

١٢- اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية والتليفزيون المصري طبقاً لمتغير السن:

يوضح الجدول التالي رقم (٧٦) الفرق بين فئات السن لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية والتليفزيون المصري.

جدول رقم (٧٦)

الفرق بين فئات السن لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية والتليفزيون المصري

السن / الاتجاه	من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة (ن=٢١٥)		من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ (ن=١٣٢)		٥٠ سنة فأكثر (ن= ٧٣)		قيمة ف	درجات الحرية	مستوى المعنوية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
نحو نشرات الفضائيات	٣٤,١٦	٤,٣٣	٣٤,٠١	٤,٤١	٣٤,٠٤	٤,٠٣	٠,٠٥٦	٢ ٤١٧	٠,٩٤٦
نحو نشرات التليفزيون المصري	٢٤,٥٧	٤,٧٣	٢٤,٦١	٤,٠٦	٢٤,٠٨	٣,٩٣	٠,٤٠٣	٢ ٤١٧	٠,٦٦٩

أظهر تحليل التباين ذو البعد الواحد One Way ANOVA وجود فروق غير دالة إحصائياً بين أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشريحة العمرية من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة والشريحة العمرية من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ سنة والشريحة العمرية ٥٠ سنة فأكثر في اتجاهاتهم نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية واتجاهاتهم نحو نشرات الأخبار في التليفزيون المصري، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٩٤٦، ٠,٦٦٩) على التوالي.

- وتوضح بيانات الجدول السابق **تقارب متوسط اتجاهات أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الفئات العمرية الثلاث** نحو نشرات الأخبار **في القنوات الفضائية العربية** حيث بلغت قيمته (٣٤,١٦، ٣٤,٠١، ٣٤,٠٤) على التوالي، وكذلك الأمر بالنسبة لمتوسط اتجاهات أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الفئات العمرية الثلاث نحو نشرات الأخبار في **التليفزيون المصري** حيث بلغت قيمته (٢٤,٥٧، ٢٤,٦١، ٢٤,٠٨) على التوالي.

١٣- اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو معالجة نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية للقضايا الهامة طبقاً لمتغير السن:

يوضح الجدول التالي رقم (٧٧) الفرق بين فئات السن لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو معالجة نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية للقضايا المهمة.

جدول رقم (٧٧)

الفرق بين فئات السن لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو معالجة نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية للقضايا المهمة

السن / المعالجة	من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة (ن=٢١٥)		من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ (ن=١٣٢)		٥٠ سنة فأكثر (ن= ٧٣)		قيمة ف	درجات الحرية	مستوى المعنوية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
معالجة نشرات MBC للقضايا	١٥,٢٩	٢,٥٩	١٥,٨٤	٢,٦٠	١٥,٩٩	٢,٩١	٢,٧٥١	٢ ٤١٧	٠,٠٦٥
معالجة نشرات الجزيرة للقضايا	١٦,٠٧	٢,٠٦	١٦,٦٤	٢,٠٥	١٦,٦٤	٢,٠٥	٣,٩٦٣	٢ ٤١٧	٠,٠٢٠

أظهر تحليل التباين ذو البعد الواحد One Way ANOVA وجود فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من الشريحة العمرية من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة والشريحة العمرية من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ سنة والشريحة العمرية ٥٠ سنة فأكثر في اتجاهاتهم نحو نشرات الأخبار التي تقدمها قناة MBC للقضايا الهامة، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٦٥)، في حين أظهر تحليل التباين وجود فروق دالة إحصائياً بين أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشرائح العمرية المختلفة في اتجاهاتهم نحو معالجة نشرات الأخبار في قناة الجزيرة للقضايا المهمة حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٠٢٠).

- وتوضح بيانات الجدول السابق أن **متوسط اتجاهات أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة** في المجموعات العمرية الثلاث نحو معالجة نشرات **قناة MBC** للقضايا الهامة **متقارب** حيث بلغت قيمته (١٥,٢٩، ١٥,٨٤، ١٥,٩٩) على التوالي، واتضح تقارب متوسط اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة من الفئات العمرية الثلاث نحو معالجة نشرات الأخبار في **قناة الجزيرة** للقضايا الهامة حيث بلغت قيمته (١٦,٠٧، ١٦,٦٤، ١٦,٦٤) على التوالي.

١٤- مصدر التباين بين سن أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة ومعالجة نشرات الأخبار في قناة الجزيرة للقضايا المختلفة:

يوضح الجدول التالي رقم (٧٨) مصدر التباين بين سن أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة ومعالجة نشرات الأخبار في **قناة الجزيرة** للقضايا المختلفة.

جدول رقم (٧٨)

مصدر التباين بين سن أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة عينة الدراسة في معالجة نشرات الأخبار **في قناة الجزيرة** للقضايا المختلفة

	الفئة العمرية الأولى	الفئة العمرية المقارنة	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
الاتجاه نحو معالجة الجزيرة	من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة	من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ سنة	٠,٥٦-	٠,٠١٤
			٠,٥٧-	٠,٠٤١
	من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ سنة	من ٥٠ سنة فأكثر	٠,٠١-	٠,٩٨٠

أوضحت الاختبارات البعدية وجود **فروق دالة إحصائياً في** اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو معالجة القضايا الهامة **في قناة الجزيرة** بين كل من الفئتين العمريتين الآتيتين:

- **توجد فروق بين الفئة العمرية** من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة مع الفئة العمرية من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ سنة، حيث كان مستوى المعنوية (٠,٠١٤) وهذه الفروق **لصالح المجموعة الثانية**، حيث كان متوسطها الحسابي (١٦,٦٤) مقابل (١٦,٠٧) للمجموعة الأولى.
- **وتوجد فروق بين الفئة العمرية** من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة والفئة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر، حيث كان مستوى المعنوية (٠,٠٤١) وهذه الفروق **لصالح المجموعة الثانية**، حيث كان متوسطها الحسابي (١٦,٦٤) في مقابل (١٦,٠٧) للفئة الأولى.
- **لا توجد فروق بين الفئة العمرية** من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ سنة والفئة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر حيث كان مستوى المعنوية (٠,٩٨٠).

١٥- مشاهدة الرأي العام المصري عينة الدراسة لنشرات الأخبار طبقاً لمتغير النوع:

يوضح الجدول التالي رقم (٧٩) الفرق بين الذكور والإناث في مشاهدتهم لنشرات الأخبار عينة الدراسة التحليلية.

جدول رقم (٧٩)

الفرق بين الذكور والإناث في مشاهدتهم لنشرات الأخبار عينة الدراسة التحليلية

النوع / القنوات المشاهدة	ذكور (ن=٢١٠)		إناث (ن=٢١٠)		قيمة ف	درجات الحرية	مستوى المعنوية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
مشاهدة النشرات بوجه عام	٦,١٣	١,٤٠	٥,٨٩	١,٣٢	١,٨٦٣	٢ ٤١٨	٠,٠٦٣
مشاهدة النشرات في MBC	٤,٤٢	١,٦٤	٤,٤٤	١,٦١	٠,٠٩٠-	٢ ٤١٨	٠,٩٢٨
مشاهدة النشرات في الجزيرة	٥,٦١	١,٣٩	٥,٣٧	١,٤٥	١,٧٥٣	٢ ٤١٨	٠,٠٨٠

- أظهر استخدام **اختبار "ت" للمجموعات المستقلة وجود فروق غير دالة إحصائياً** بين أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الذكور والإناث في معدلات مشاهدتهم للنشرات بوجه عام ومعدلات مشاهدتهم لنشرات الأخبار في **قناة MBC** ومعدلات مشاهدتهم لنشرات الأخبار في **قناة الجزيرة**، حيث بلغت قيمة مستويات المعنوية (٠,٠٦٣، ٠,٩٢٨، ٠,٠٨٠) على التوالي.
- كما توضح بيانات الجدول السابق أن **متوسط معدلات مشاهدة الذكور متقارب مع متوسط معدلات مشاهدة الإناث للنشرات الإخبارية بوجه عام**، حيث بلغت قيمته (٦,١٣، ٥,٨٩) على التوالي، وكذلك الأمر بالنسبة لمتوسط معدلات مشاهدة الذكور والإناث لنشرات الأخبار في **قناة MBC** حيث بلغت قيمته (٤,٤٢، ٤,٤٤) على التوالي، وكذلك بالنسبة لمتوسط معدلات مشاهدة الذكور والإناث لنشرات الأخبار في **قناة الجزيرة** حيث بلغت قيمته (٥,٦١، ٥,٣٧) على التوالي.

١٦- اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية والتليفزيون المصري طبقاً لمتغير النوع:

يوضح الجدول التالي رقم (٨٠) الفرق بين الذكور والإناث في اتجاهاتهم نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية والتليفزيون المصري.

جدول رقم (٨٠)

الفرق بين الذكور والإناث في اتجاهاتهم نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية والتليفزيون المصري

النوع / الاتجاه	ذكور (ن=٢١٠)		إناث (ن=٢١٠)		قيمة ت	درجات الحرية	مستوى المعنوية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
نحو نشرات الفضائيات	٣٣,٩٥	٤,٤٥	٣٤,٢٣	٤,١٥	٠,٦٥٨-	٢ ٤١٨	٠,٥١١
نحو نشرات التليفزيون المصري	٢٤,٣٤	٤,٥٥	٢٤,٦٦	٤,٢٣	٠,٧٥٥-	٢ ٤١٨	٠,٤٥٠

- أظهر استخدام **اختبار "ت" وجود فروق غير دالة إحصائياً** بين أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الذكور والإناث في اتجاهاتهم نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية واتجاهاتهم نحو نشرات الأخبار في التليفزيون المصري، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (٠,٥١١، ٠,٤٥٠) على التوالي.
- كما توضح بيانات الجدول السابق أن متوسط اتجاه **الذكور** متقارب مع متوسط اتجاه **الإناث** نحو نشرات الأخبار في القنوات الفضائية حيث

بلغت قيمته (٣٣,٩٥، ٣٤,٢٣) على التوالي، وكـذلك الأمـر بالنسـبة لمتوسط اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسـة نحـو نشـرات التليفزيون المصري حيث بلغت قيمته (٢٤,٣٤، ٢٤,٦٦) على التوالي.

١٧- اتجاهات الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو معالجـة نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسـة التحليلية للقضايا الهامة طبقاً لمتغير النوع:

يوضح الجدول التالي رقم (٨١) الفرق بين الـذكور والإنـاث فـي اتجاهاتهم نحو معالجة نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيـرة عينـة الدراسة التحليلية للقضايا الهامة.

جدول رقم (٨١)

الفرق بين الذكور والإناث في اتجاهاتهم نحو معالجة نشرات الأخبار في قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية للقضايا الهامة

النوع / معالجة القضايا	ذكور (ن=٢١٠)		إناث (ن=٢١٠)		قيمة ف	درجات الحرية	مستوى المعنوية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
معالجة قناة MBC للقضايا	١٥,٥٤	٢,٧٩	١٥,٦٣	٢,٥٣	– ٠,٣٦٦	٢ ٤١٨	٠,٧١٥
معالجة قناة الجزيرة للقضايا	١٦,٢٦	٢,٢٠	١٦,٤٤	١,٩٣	– ٠,٩٢٠	٢ ٤١٨	٠,٣٥٨

- **أظهر استخدام اختبار "ت" للمجموعات المستقلة وجود فروق غير دالة إحصـائياً** بين أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسـة مـن الـذكور والإناث في تقييمهم لمعالجة نشرات الأخبار في كل مـن قنـاتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية للقضايا الهامة، حيـث بلـغ مسـتوى المعنوية (٠,٧١٥، ٠,٣٥٨) على التوالي، كما توضح بيانـات الجـدول السابق **تقارب** متوسط تقييم أفراد الرأي العام المصـري مـن الـذكور والإناث لمعالجة نشرات الأخبار في **قناة MBC** للقضايا الهامة حيـث بلغت قيمته (١٥,٥٤، ١٥,٦٣) على التوالي، وكـذلك الأمـر بالنسـبة لمتوسط تقييم أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسـة مـن الـذكور والإناث لمعالجة نشرات الأخبار في **قناة الجزيرة** للقضايا الهامة حيـث بلغت قيمته (١٦,٢٦، ١٦,٤٤) على التوالي.

الفصل الحادي عشر
نتائج اختبارات الفروض حول دور نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية في ترتيب أولويات القضايا لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة

يتناول هذا الفصل نتائج اختبارات الفروض الميدانية والتحليلية على النحو التالي:

الفرض الأول: يوجد ارتباط دال إحصائياً بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا المصرية والعربية والدولية وبين ترتيب هذه القضايا في نشرات أخبار قناتي MBC والجزيرة.

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت المؤلفة **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** المبين نتيجته في الجدول التالي:

جدول رقم (٨٢)

اختبار معامل الرتب لسبيرمان لقياس الفروق بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة والمضمون للقضايا المصرية والعربية والدولية

القضايا		ترتيب الرأي العام للقضايا	ترتيب المضمون بوجه عام للقضايا	ترتيب قناة MBC للقضايا	ترتيب قناة الجزيرة للقضايا
القضايا المصرية	الإصلاح السياسي	٢	١	١	١
	التفجيرات الإرهابية	٣	٢	٢	٢
	تلوث الغذاء والبيئة	١	٣	٣	٣
معامل سبيرمان			٠,٥٠-	٠,٥٠-	٠,٥٠-
القضايا العربية	القضية العراقية	٢	١	٢	١
	القضية الفلسطينية	١	٢	١	٢
	الإصلاح في لبنان	٣	٣	٣	٣
معامل سبيرمان			٠,٥٠	١,٠٠	٠,٥٠
القضايا الدولية	التفجيرات الإرهابية	١	١	١	١
	الإصلاح السياسي في إيران	٢	٢	٧	٢
	التصويت على الدستور الأوروبي	٣	٣	٢	٨
معامل سبيرمان			١,٠٠	٠,٥٠	١,٠٠

توضح بيانات الجدول السابق عدة نتائج منها:

(أ) **القضايا المصرية:**

- وجود **ارتباط عكسي متوسط** باستخدام **معامل الارتباط لسبيرمان** بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة **للقضايا المصرية** وترتيب

المضمون بوجه عام للقضايا في قناتي MBC والجزيرة بلغت قيمته (-٠,٥٠).

- وجود **ارتباط عكسي متوسط** باستخدام معامل الارتباط لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة **للقضايا المصرية وترتيب قناة MBC** لها بلغت قيمته (-٠,٥٠).
- وجود **ارتباط عكسي متوسط** باستخدام معامل الارتباط لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة **للقضايا المصرية وترتيب قناة الجزيرة** لها بلغت قيمته (-٠,٥٠).
- **تظهر قيم معاملات الارتباط التساوي بين قناتي MBC والجزيرة عينة الدراسة التحليلية في ترتيبها لأجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا المصرية حيث كانت قيم معاملات الارتباط متساوية وهي (-٠,٥٠).**

(ب) **القضايا العربية:**

- وجود **ارتباط طردي متوسط** باستخدام **معامل الرتب لسبيرمان** بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة **للقضايا العربية** وترتيب المضمون بوجه عام للقضايا العربية بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وجود **ارتباط طردي تام** باستخدام معامل الرتب لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة **للقضايا العربية** وترتيب **قناة MBC** لها بلغت قيمته (١,٠٠).
- وجود **ارتباط طردي متوسط** باستخدام معامل الرتب لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة **للقضايا العربية وترتيب قناة الجزيرة** لها بلغت قيمته (٠,٥٠).
- **تظهر قيم معاملات الارتباط أن قناة MBC أكثر قدرة على ترتيب أولويات الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا العربية من الجزيرة، لأن الارتباط بين أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة وأجندة MBC ارتباطاً طردياً تاماً في حين بلغت قيمة الارتباط بين أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة وأجندة الجزيرة (٠,٥٠).**

(ج) **القضايا الدولية:**

- وجود **ارتباط طردي تام** باستخدام **معامل الارتباط لسبيرمان** بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة **للقضايا الدولية** وترتيب المضمون بوجه عام لها بلغت قيمته (١,٠٠).

- وجود **ارتباط طردي متوسط** باستخدام معامل الارتباط لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة **للقضايا الدولية** وترتيب **قناة MBC** لها بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وجود **ارتباط طردي تام** باستخدام معامل الارتباط لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة **للقضايا الدولية** وترتيب **قناة الجزيرة** لها بلغت قيمته (١,٠٠).
- **تظهر قيم معاملات الارتباط أن قناة الجزيرة أكثر قدرة على ترتيب أولويات الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا الدولية من قناة MBC، لأن الارتباط بين أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة وأجندة الجزيرة ارتباطاً طردياً تاماً، في حين بلغت قيمة الارتباط في MBC (٠,٥٠)، كما تظهر قيم معاملات الارتباط أن الارتباط بين أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة وأجندة المضمون هو ارتباط طردي تام حيث بلغت قيمته (١,٠٠).**
- وبناء على ما سبق، وفي حدود هذه الدراسة نقبل صحة هذا الفرض **جزئياً** فيما يتعلق بترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا العربية والدولية وترتيب المضمون بوجه عام وMBC والجزيرة، بينما نرفض الفرض الأول جزئياً فيما يتعلق بترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا المصرية وترتيب المضمون بوجه عام وMBC والجزيرة لها، وتتناسب نتيجة هذا الفرض مع المنطق حيث أنه من الطبيعي أن تكون القضايا المصرية في بؤرة اهتمام الرأي العام المصري عينة الدراسة بينما لا تعد الأخبار العربية والدولية في بؤرة اهتمام الرأي العام المصري عينة الدراسة بنفس الدرجة.

الفرض الثاني: يؤثر الاتصال الشخصي في درجة الارتباط بين ترتيب القضايا المصرية والعربية والدولية لدى الرأي العام المصري عينة الدراسة وترتيبها في المضمون.

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت المؤلفة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان المبين نتيجته في الجدول التالي:

جدول رقم (٨٣)
اختبار معامل الرتب لسبيرمان لقياس تأثير الاتصال الشخصي في درجة الارتباط بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة والمضمون للقضايا المصرية والعربية والدولية

القضايا	الترتيب	المضمون	MBC	الجزيرة	درجة الاتصال الشخصي			
					يتناقش دائماً	يتناقش أحياناً	يتناقش نادراً	لا يتناقش
					ت	ت	ت	ت
مصرية	الإصلاح السياسي	١	١	١	٢	٢	٣	١
	تلوث الغذاء والبيئة	٣	٣	٣	٣	٣	٢	٣
	التفجيرات	٢	٢	٢	١	١	١	٢
	معامل سبيرمان			المضمون	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠-	١,٠٠
				MBC	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠-	١,٠٠
				الجزيرة	٠,٥٠	٠,٠٥٠	٠,٥٠-	١,٠٠
عربية	لبنان	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣
	العراق	١	٢	١	٢	٢	٢	٢
	فلسطين	٢	١	٢	١	١	١	١
	معامل سبيرمان			المضمون	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠
				MBC	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠
				الجزيرة	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠
دولية	الدستور الأوروبي	٣	٢	٣	٣	٣	٣	٣
	التفجيرات	١	١	١	١	١	١	١
	إيران	٢	٣	٢	٢	٢	٢	٢
	معامل سبيرمان			المضمون	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠
				MBC	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠
				الجزيرة	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠

(أ) القضايا المصرية والاتصال الشخصي:

(أ/١) المناقشة دائماً حول القضايا المصرية:

- أظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **يتناقشون دائماً** حولها للحصول على معلومات حول هذه القضايا حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- أظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **يتناقشون دائماً** حولها للحصول على

معلومات حول هذه القضايا حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **يتناقشون دائماً** حولها للحصول على معلومات حول القضايا حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- **وبمراجعة قيم معاملات الارتباط السابقة يتضح وجود تساوي بين قناتي MBC والجزيرة في ترتيب أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو القضايا المصرية عند الذين يتناقشون دائماً مع آخرين حولها.**

(أ/٢) المناقشة أحياناً حول القضايا المصرية:

- أظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في المضمون وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **يتناقشون أحياناً** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **يتناقشون أحياناً** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **يتناقشون أحياناً** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- **وبمراجعة قيم معاملات الارتباط السابقة يتضح وجود تساوي بين MBC والجزيرة في ترتيب أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو القضايا المصرية عند الذين يتناقشون أحياناً مع آخرين حولها.**

(أ/٣) المناقشة نادراً حول القضايا المصرية:

- أظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط عكسي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في المضمون، وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **يتناقشون نادراً** في الحصول على معلومات

حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (-٠,٥٠).

- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط عكسي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية **في قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **يتناقشون نادراً** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (-٠,٥٠).
- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان **وجود ارتباط عكسي** متوسط بين ترتيب القضايا المصرية **في قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذي **يتناقشون نادراً** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (-٠,٥٠).
- **وبمراجعة قيم معاملات الارتباط السابقة يتضح وجود تساوي بين MBC والجزيرة في ترتيب أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو القضايا المصرية عند الذين يتناقشون نادراً مع آخرين حولها.**

(أ/٤) عدم المناقشة مع آخرين حول القضايا المصرية:

- أظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا المصرية في المضمون بوجه عام وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **لا يتناقشون** مع آخرين حولها للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **لا يتناقشون** مع آخرين حولها للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين لا يتناقشون مع آخرين حولها للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- **وبمراجعة قيم معاملات الارتباط السابقة يتضح وجود تساوي بين قناتي MBC والجزيرة في ترتيبهما لأجندة الرأي العام المصري عينة**

الدراسة نحو القضايا المصرية عند الـذين لا يتناقشـون حـول هـذه القضايا مع آخرين.

(ب) القضايا العربية والاتصال الشخصي:

(ب/١) المناقشة دائماً حول القضايا العربية:

- أظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بـين ترتيب القضايا العربية في المضمون بوجه عام وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **يتناقشون دائماً** مع آخـرين حولهـا للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغـت قيمـة معامـل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تـام** بـين ترتيب القضايا العربية **في قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العـام المصري عينة الدراسة الذين يتناقشون دائماً حولها مع آخرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية **في قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العـام المصري عينة الدراسة الذين يتناقشون دائماً حولها مع آخرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- **وبمراجعة قيم معاملات الارتباط السابقة يتضح وجود اختلاف بين قناتي MBC والجزيرة في ترتيبهما لأجندة الرأي العـام المصـري عينـة الدراسة نحو القضايا العربية عند الذين يتناقشون حولها مـع آخـرين دائماً.**

(ب/٢) المناقشة أحياناً حول القضايا العربية:

- أظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بـين ترتيب **القضايا العربية** في المضمون بوجه عام وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يتناقشون أحياناً حولها مـع آخـرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغـت قيمـة معامـل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تـام** بـين ترتيب القضايا العربية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العـام المصري عينة الدراسة الذين يتناقشون أحياناً حولها مع آخرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).

- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يتناقشون أحياناً حولها مع آخرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- **وبمراجعة قيم معاملات الارتباط السابقة يتضح وجود اختلاف بين قناتي MBC والجزيرة في ترتيب أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو القضايا العربية عند الذين يتناقشون أحياناً حولها مع آخرين.**

(ب/٣) المناقشة نادراً حول القضايا العربية:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في المضمون بوجه عام وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **يتناقشون نادراً** حولها مع آخرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يتناقشون نادراً حولها مع آخرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين القضايا العربية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يتناقشون نادراً حولها مع آخرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- **وبمراجعة قيم معاملات الارتباط السابقة يتضح وجود اختلاف بين قناتي MBC والجزيرة في ترتيب أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو القضايا العربية عند الذين يتناقشون نادراً حولها مع آخرين.**

(ب/٤) عدم المناقشة مع آخرين حول القضايا العربية:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في المضمون بوجه عام وترتيبهاعند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **لا يتناقشون** حولها مع آخرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).

- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين لا يتناقشون حولها مع آخرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين لا يتناقشون حولها مع آخرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- **وبمراجعة قيم معاملات الارتباط السابقة يتضح وجود اختلاف بين قناتي MBC والجزيرة في ترتيبهما لأجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو القضايا العربية عند الذين لا يتناقشون حولها مع آخرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا.**

(ج) القضايا الدولية والاتصال الشخصي:

(ج/١) المناقشة دائماً حول القضايا الدولية:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **يتناقشون دائماً** حولها مع آخرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يتناقشون دائماً حولها مع آخرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة الجزيرة** عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يتناقشون دائماً حولها مع آخرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- **وبمراجعة قيم معاملات الارتباط السابقة يتضح وجود اختلاف بين قناتي MBC والجزيرة في ترتيبهما لأجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو القضايا الدولية عند الذين يتناقشون دائماً حول هذه القضايا مع آخرين.**

(ج/٢) المناقشة أحياناً حول القضايا الدولية:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في **المضمون بوجه عام** عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **يتناقشون أحياناً** مع آخرين حولها للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يتناقشون أحياناً مع آخرين حولها للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة الجزيرة** عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يتناقشون أحيانا مع آخرين حولها للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- **وبمراجعة قيم معاملات الارتباط السابقة يتضح وجود اختلاف بين قناتي MBC والجزيرة في ترتيبهما لأجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة المصري نحو القضايا الدولية عند الذين يتناقشون أحياناً مع آخرين حول هذه القضايا.**

(ج/٣) المناقشة نادراً حول القضايا الدولية:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في المضمون بوجه عام وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **يتناقشون نادراً** حولها مع آخرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يتناقشون نادراً حولها مع آخرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يتناقشون نادراً حولها مع آخرين للحصول

على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).

- **وبمراجعة قيم الارتباط السابقة يتضح وجود اختلاف بين قناتي MBC والجزيرة في ترتيبهما لأجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو القضايا الدولية عند الذين يتناقشون نادراً حولها مع آخرين.**

(ج/٤) عدم المناقشة مع آخرين حول القضايا الدولية:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في المضمون بوجه عام وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **لا يتناقشون** حولها مع آخرين للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين لا يتناقشون حولها مع آخرين، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين لا يتناقشون حولها مع آخرين، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- **وبمراجعة قيم معاملات الارتباط السابقة يتضح وجود اختلاف بين قناتي MBC والجزيرة في ترتيبهما لأجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو القضايا الدولية عند الذين لا يتناقشون حولها مع آخرين.**
- **وبناء على ما سبق، يتضح من مراجعة قيم الارتباط المتعلقة بتأثير الاتصال الشخصي على ترتيب الأجندة ما بين الرأي العام المصري عينة الدراسة وقناتي MBC والجزيرة في القضايا المصرية، اختلاف قيم الارتباط بين من يتناقشون دائماً وأحياناً من ناحية، ومن يتناقشون نادراً ولا يتناقشون في الحصول على معلومات حول هذه القضايا من ناحية ثانية، مما يؤكد تأثير الاتصال الشخصي على ترتيب الأجندات وبذلك نقبل صحة الفرض الثاني فيما يتعلق بالقضايا المصرية.**

وبناء على ما سبق، **نقبل صحة هذا الفرض جزئياً فيما يتعلق بتأثير الاتصال الشخصي على الارتباط ما بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا المصرية وترتيبها في المضمون بوجه عام وMBC والجزيرة**، بينما **نرفض** هذا الفرض جزئياً فيما يتعلق بتأثير الاتصال الشخصي على الارتباط ما بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة

للقضايا **العربية والدولية** وترتيبها في المضمون بوجه عام وMBC والجزيرة، وتتوافق نتيجة هذا الفرض مع المنطق، حيث أنه من الطبيعي أن يكون تركيز أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة أثناء مناقشتهم للقضايا المختلفة في إطار الاتصال الشخصي أكبر على **القضايا المصرية** باعتبارها تدخل في بؤرة اهتمامهم وحياتهم اليومية أكثر من غيرها من القضايا العربية والدولية.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة والمضمون للقضايا الملموسة والقضايا المجردة.

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت المؤلفة اختبار معامل الرتب لسبيرمان المبين نتيجته في الجدول التالي رقم (٨٤):

جدول رقم (٨٤)

اختبار معامل ارتباط الرتب لسبيرمان لقياس الفروق بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة والمضمون للقضايا الملموسة والقضايا المجردة

القضايا		ترتيب الرأي العام المصري للقضايا	ترتيب المضمون بوجه عام للقضايا	ترتيب قناة MBC للقضايا	ترتيب قناة الجزيرة للقضايا
القضايا الملموسة	تلوث الغذاء والبيئة في مصر	٣	٣	٣	٣
	القضية الفلسطينية	٢	٢	١	١
	التفجيرات الإرهابية في مصر	١	١	٢	٢
	معامل سبيرمان		١,٠٠	٠,٥٠	٠,٥٠
القضايا المجردة	الإصلاح السياسي في مصر	١	٤	٣	٤
	التفجيرات الإرهابية في العالم	٢	٦	٤	٦
	الإصلاح السياسي في لبنان	٥	٢	٦	٢
	القضية العراقية	٣	١	١	١
	الدستور الأوروبي	٥م	٣	٥	٤م
	الإصلاح السياسي في إيران	٤	٥	٢	٣
	معامل سبيرمان		-٠,٤١	٠,٥٢	-٠,٣٧

توضح بيانات الجدول السابق عدة نتائج منها:

(أ) القضايا الملموسة:

- وجود **ارتباط طردي تام** باستخدام معامل الرتب لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة **للقضايا الملموسة** وترتيب المضمون بوجه عام للقضايا حيث بلغت قيمته (١,٠٠).
- وجود **ارتباط طردي متوسط** باستخدام معامل الرتب لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة **للقضايا الملموسة** وترتيب **قناة MBC** لها حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وجود **ارتباط طردي متوسط** باستخدام معامل الرتب لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة **للقضايا الملموسة** وترتيب **قناة الجزيرة** لها حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وتظهر قيم معاملات الارتباط **التساوي** بين قناتي MBC والجزيرة في ترتيبها لأجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة في **القضايا الملموسة**، **حيث كانت قيمة معامل الارتباط (٠,٥٠) ويعد ارتباطاً طردياً متوسطاً، وتظهر قيم معامل الارتباط وجود ارتباط طردي تام بين ترتيب أجندة المضمون وأجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة في القضايا الملموسة، حيث كانت قيمة معامل الارتباط (١,٠٠).**

(ب) القضايا المجردة:

- وجود **ارتباط عكسي متوسط** باستخدام معامل الرتب لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة **للقضايا المجردة** وترتيب **المضمون بوجه عام** لها حيث بلغت قيمته (-٠,٤١).
- وجود **ارتباط طردي متوسط** باستخدام معامل الرتب لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة **للقضايا المجردة** وترتيب **قناة MBC** لها حيث بلغت قيمته (٠,٥٢).
- ظهر وجود **ارتباط عكسي متوسط** باستخدام معامل الرتب لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة **للقضايا المجردة** وترتيب **قناة الجزيرة** لها حيث بلغت قيمته (-٠,٣٧).
- **وتظهر قيم معاملات الارتباط أن قناة MBC أكثر قدرة من قناة الجزيرة على ترتيب أولويات الرأي العام المصري عينة الدراسة في القضايا المجردة، لأن الارتباط بين أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة وأجندة قناة MBC كان ارتباطاً طردياً متوسطاً بلغت قيمته (٠,٥٢)، بينما كان الارتباط بين أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة وأجندة قناة الجزيرة عكسياً متوسطاً حيث بلغت قيمته (-٠,٣٧).**

- **وتظهر قيم معاملات الارتباط أن الارتباط بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا المجردة وترتيب المضمون بوجه عام لها هو ارتباطاً عكسياً متوسطاً، حيث بلغت قيمته (-٠,٤١).**
- وبناء على ما سبق، يمكن الاستنتاج وفي حدود هذه الدراسة، رفض هذا الفرض حيث لا يوجد ارتباط بين ترتيب أجندة المضمون بوجه عام وقناة MBC والجزيرة من ناحية، وترتيب أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة في كل من القضايا الملموسة والمجردة من ناحية أخرى.

الفرض الرابع: تؤثر المتغيرات الديموغرافية للرأي العام المصري عينة الدراسة: السن، النوع، المستوى التعليمي، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي في درجات الارتباط بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة والمضمون للقضايا المصرية والعربية والدولية.

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت المؤلفة معامل الرتب لسبيرمان المبين نتيجته في الجدول التالي رقم (٨٥):

جدول رقم (٨٥)

اختبار معامل الرتب سبيرمان لقياس الفروق بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة والمضمون للقضايا المصرية والعربية والدولية وفقا للمتغيرات الديموغرافية المختلفة

القضايا	الترتيب	المضمون	MBC	الجزيرة	من ٢٠ لأقل من ٣٥ سنة	من ٣٥ لأقل من ٥٠ سنة	من ٥٠ سنة فأكثر	الذكور	الإناث	متوسط	جامعي	دراسات عليا	منخفض	متوسط	مرتفع
مصرية	الإصلاح السياسي	١	١	١	٢	٢	١	١	٢	٢	٢	١	٢	٢	٢
	تلوث الغذاء	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣
	التفجيرات	٢	٢	٢	١	١	٢	٢	١	١	١	١	١	١	١
	معامل سبيرمان			المضمون	٠,٥٠	٠,٥٠	١,٠٠	١,٠٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	١,٠٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠
				MBC	٠,٥٠	٠,٥٠	١,٠٠	١,٠٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	١,٠٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠
				الجزيرة	٠,٥٠	٠,٥٠	١,٠٠	١,٠٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	١,٠٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠
عربية	لبنان	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣
	العراق	١	٢	١	٢	٢	١	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢
	فلسطين	٢	١	٢	١	١	٢	١	١	١	١	١	١	١	١
	معامل سبيرمان			المضمون	٠,٥٠	٠,٥٠	١,٠٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠
				MBC	١,٠٠	١,٠٠	٠,٥٠	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠
				الجزيرة	٠,٥٠	٠,٥٠	١,٠٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠
دولية	الدستور الأوروبي	٣	٢	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣
	الإرهاب الدولي	١	١	١	١	١	١	١	١	٢	١	١	١	١	١
	إيران	٢	٣	٢	٢	٢	٢	٢	٢	١	٢	٢	٢	٢	٢
	معامل سبيرمان			المضمون	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠	٠,٥٠	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠
				MBC	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	-٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠	٠,٥٠
				الجزيرة	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠	٠,٥٠	١,٠٠	٠,٥٠	١,٠٠	١,٠٠	١,٠٠

(أ) القضايا المصرية:

(١) تأثير متغير السن على أجندة القضايا المصرية:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **الشريحة العمرية من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشريحة العمرية من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة **في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشريحة العمرية من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- **أظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **الشريحة العمرية من ٣٥ إلى ٥٠ سنة في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية **وقناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **الشريحة العمرية من ٣٥ إلى ٥٠ سنة في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **الشريحة العمرية من ٣٥ إلى ٥٠ سنة** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا المصرية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد

الرأي العام المصري عينة الدراسة من **الشريحة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).

- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **الشريحة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **الشريحة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- **وبمراجعة قيم معاملات الارتباط السابقة يتضح وجود تساوي بين قناتي MBC والجزيرة في ترتيب أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة نحو القضايا المصرية عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشرائح العمرية المختلفة.**

(٢) تأثير متغير النوع على أجندة القضايا المصرية:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا المصرية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذكور** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذكور في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذكور في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند **المبحوثات الإناث** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).

- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند المبحوثات الإناث في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند المبحوثات الإناث في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).

(٣) تأثير متغير المستوى التعليمي على أجندة القضايا المصرية:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية **في المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الحاصلين على مؤهل متوسط** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على مؤهل متوسط في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على **مؤهل متوسط** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الحاصلين على مؤهل جامعي** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على مؤهل جامعي في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).

- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على **مؤهل جامعي في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا المصرية **في المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الحاصلين على دراسات عليا** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا المصرية **في قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على دراسات عليا في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا المصرية **في قناة الجزيرة** عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على دراسات عليا في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).

(٤) تأثير متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي على أجندة القضايا المصرية:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **من المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية **في قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبهاعند أفراد الرأي العام

المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).

- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **من المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **من المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).

- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **من المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).

(ب) القضايا العربية:

(١) تأثير متغير السن على أجندة القضايا العربية:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **من الشريحة العمرية من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشريحة العمرية **من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشريحة العمرية **من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد

الرأي العام المصري عينة الدراسة **من الشريحة العمرية من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ سنة** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).

- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشريحة العمرية **من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ سنة** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشريحة العمرية **من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ سنة في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا العربية **في المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **من الشريحة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشريحة العمرية **من ٥٠ سنة فأكثر** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشريحة العمرية **من ٥٠ سنة فأكثر** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).

(٢) تأثير متغير النوع على أجندة القضايا العربية:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية **في المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذكور** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).

- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تـــام** بـــين ترتيب القضايا العربية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العـــام المصري عينة الدراسة الذكور في الحصول على معلومات حـــول هـــذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العـــام المصري عينة الدراسة الذكور في الحصول على معلومات حـــول هـــذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند **المبحوثات الإناث** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمـــة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تـــام** بـــين ترتيب القضايا العربية في **قنـــاة MBC** وترتيبها عند المبحوثات الإناث في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامـــل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند المبحوثات الإناث في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامـــل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).

(٣) تأثير متغير المستوى التعليمي على أجندة القضايا العربية:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بـــين ترتيب القضايا العربية في **المضمون بوجه عام** وترتيبهـــا عنـــد أفـــراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **من الحاصلين على مؤهل متوســـط** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامـــل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تـــام** بـــين ترتيب القضايا العربية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العـــام المصري عينة الدراسة من الحاصلين على **مؤهل متوسط** في الحصـــول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العـــام المصري عينة الدراسة من الحاصلين على **مؤهل متوسط** في الحصـــول

على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).

- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الحاصلين على مؤهل جامعي** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على **مؤهل جامعي** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على **مؤهل جامعي** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الحاصلين على الدراسات العليا** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على **الدراسات العليا** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على **الدراسات العليا** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).

(٤) تأثير متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي على أجندة القضايا العربية:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية **في المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **من المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية **في قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **من المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **من المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد

الرأي العام المصري عينة الدراسة **من المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا العربية **في قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- أظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية **في قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).

(ج) القضايا الدولية:

(١) تأثير متغير السن على أجندة القضايا الدولية:

- أظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية **في المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **من الشريحة العمرية من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشريحة العمرية **من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشريحة العمرية **من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ سنة** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **من الشريحة العمرية من ٣٥ إلى أقل من ٥٠**

سنة في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).

- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشريحة العمرية **من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ سنة في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشريحة العمرية **من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ سنة في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في المضمون بوجه عام وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **من الشريحة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر،** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشريحة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من الشريحة العمرية **من ٥٠ سنة فأكثر** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).

(٢) تأثير متغير النوع على أجندة القضايا الدولية:

- أظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذكور** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري

عينة الدراسة الذكور في الحصول على معلومات حول هـذه القضـايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).

- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تـام** بـين ترتيـب القضايا الدولية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذكور في الحصول على معلومات حول هـذه القضـايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تـام** بـين ترتيـب القضايا الدولية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند **المبحوثات الإناث** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامـل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** وترتيبها عند المبحوثات الإنـاث فـي الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغـت قيمـة معامـل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تـام** بـين ترتيـب القضايا الدولية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند المبحوثات الإنـاث فـي الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغـت قيمـة معامـل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).

(٤) تأثير المستوى التعليمي على أجندة القضايا الدولية:

- أظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيـب القضايا الدولية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الحاصلين على المؤهل المتوسط** في الحصـول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود ارتباط عكسي متوسط بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على **المؤهل المتوسط** فـي الحصـول علـى معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامـل ارتبـاط الرتـب لسبيرمان (-٠,٥٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على **المؤهل المتوسط** فـي الحصـول علـى معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامـل ارتبـاط الرتـب لسبيرمان (٠,٥٠).

- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تـــام** بـــين ترتيـــب القضايا الدولية **في المضمون بوجه عام** وترتيبهاعند أفراد الرأي العـــام المصري عينة الدراسة **الحاصلين على المؤهل الجامعي** في الحصـــول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على **المؤهل الجـامعي** فـــي الحصـــول علـــى معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامـــل ارتبـــاط الرتـــب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تـــام** بـــين ترتيـــب القضايا الدولية **في قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الحاصلين على **المؤهل الجـامعي** فـــي الحصـــول علـــى معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامـــل ارتبـــاط الرتـــب لسبيرمان (١,٠٠).

(٥) تأثير المستوى الاقتصادي الاجتماعي على أجندة القضايا الدولية:

- أظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تـــام** بـــين ترتيـــب القضايا الدولية **في المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **من المستوى الاقتصادي الاجتماعي المـــنخفض** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامـــل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصـــادي الاجتمـــاعي المـــنخفض** فـــي الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغـــت قيمـــة معامـــل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تـــام** بـــين ترتيـــب القضايا الدولية **في قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصـــادي الاجتمـــاعي المـــنخفض** فـــي الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغـــت قيمـــة معامـــل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تـــام** بـــين ترتيـــب القضايا الدولية **في المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **من المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط** في

الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).

- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع** في الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٥٠).
- وأظهر معامل الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة من **المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع في** الحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (١,٠٠).

وبناء على ما سبق، يمكن وفي حدود هذه الدراسة أن نقبل صحة هذا الفرض جزئياً فيما يتعلق بتأثير متغير السن والمستوى التعليمي والنوع على الارتباط ما بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا المصرية والعربية والدولية وترتيبها في المضمون بوجه عام وMBC والجزيرة. ونرفض هذا الفرض جزئياً فيمايتعلق بتأثير متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي على الارتباط ما بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا المصرية والعربية والدولية وترتيبها في

المضمون بوجه عام وMBC والجزيرة، ويفسر تلك النتيجة بأن متغيرات السن والنوع والمستوى التعليمي أكثر تأثيراً من المستوى الاقتصادي الاجتماعي في درجات الارتباط بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة والمضمون للقضايا المصرية والعربية والدولية حيث أن المتغير الأخير لا يرتب تغييراً في التأثر بأجندة الوسائل.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة والمضمون للقضايا التي تتسم بالقرب والقضايا التي لا تتسم بالقرب.

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت المؤلفة معامل الرتب لسبيرمان المبين نتيجته في الجدول التالي:

جدول رقم (٨٦)

اختبار معامل الرتب لسبيرمان لقياس الفرق بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة والمضمون للقضايا التي تتسم بالقرب والقضايا التي لا تتسم بالقرب

مدى قرب القضايا	القضايا	ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا	ترتيب المضمون بوجه عام للقضايا	ترتيب قناة MBC للقضايا	ترتيب قناة الجزيرة للقضايا
القضايا التي تتسم بالقرب	القضية العراقية	٦	١	٢	٢
	التفجيرات الإرهابية في مصر	١	٢	٣	١
	القضية الفلسطينية	٢	٣	١	٣
	الإصلاح في لبنان	٧	٤	٤	٦
	الإصلاح السياسي في مصر	٤	٥	٥	٤
	التفجيرات الإرهابية الدولية	٥	٦	٦	٥
	تلوث الغذاء والبيئة في مصر	٣	٧	٧	٧
معامل سبيرمان			٠,٠٤	٠,١٤	٠,٣٩
القضايا التي لا تتسم بالقرب	الإصلاح في إيران	١	١	٢	١
	التصويت على الدستور الأوروبي	٢	٢	١	٢
معامل سبيرمان			١,٠٠	١,٠٠-	١,٠٠

يوضح الجدول السابق عدة نتائج منها:

- وجود **ارتباط طردي ضعيف** بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا التي تتسم **بالقرب** وترتيب **المضمون بوجه عام** لها، حيث بلغت قيمته (٠,٠٤).

- وجود **ارتباط طردي ضعيف** بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا التي تتسم **بالقرب** وترتيب **قناة MBC** لها، حيث بلغت قيمته (٠,١٤).
- وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا التي تتسم **بالقرب** وترتيب **قناة الجزيرة** لها، حيث بلغت قيمته (٠,٣٩).
- **وتظهر قيم معاملات الارتباط أن قناة الجزيرة أكثر قدرة من قناة MBC على ترتيب أولويات الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا التي تتسم بالقرب، حيث أن الارتباطات بين أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة وأجندة قناة الجزيرة جاءت ارتباطات** طردية متوسطة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٣٩)، بينما كان الارتباط بين أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة وأجندة قناة MBC طردياً ضعيفاً حيث بلغت قيمته (٠,١٤).
- تظهر قيم معاملات الارتباط بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة وترتيب المضمون بوجه عام للقضايا التي تتسم بالقرب وجود ارتباط طردي ضعيف، حيث بلغت قيمته (٠,٠٤).
- **وجود ارتباط طردي تام بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا التي لا تتسم بالقرب وبين ترتيب المضمون بوجه عام لها، حيث بلغت قيمته** (١,٠٠).
- وتظهر قيم معاملات **الارتباط الطردي التام** بين ترتيب **قناة الجزيرة** للقضايا التي لا تتسم بالقرب وترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة لها، حيث كانت قيمته (١,٠٠)، بينما تظهر قيم معاملات الارتباط بين ترتيب **قناة MBC** للقضايا التي لا تتسم بالقرب وترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة وجود ارتباط عكسي تام لها حيث كانت قيمته (-١,٠٠)، وتظهر قيم معاملات الارتباط ويعتبر ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا التي لا تتسم بالقرب وترتيب المضمون لها حيث كانت قيمته (١,٠٠) وهو ارتباطاً طردياً تاماً.
- **وبناء على ما سبق، يمكن الاستنتاج وفي حدود هذه الدراسة، نقبل صحة هذا الفرض جزئياً حيث يوجد ارتباط بين ترتيب أجندة المضمون بوجه عام وقناتي MBC والجزيرة وترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة في القضايا التي تتسم بالقرب، وتتناسب هذه النتيجة مع المنطق حيث أن الرأي العام المصري عينة الدراسة يكون أكثر اهتماماً بالقضايا التي تتسم بالقرب من مجالات اهتماماته لهذا يسعى بشكل دائم**

للتعرض لوسائل الإعلام للتعرف على معلومات حولها، وبالتالي يتأثر بترتيب وسائل الإعلام لهذه القضايا.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة والمضمون للقضايا التي تتسم بالاستمرارية والقضايا التي لا تتسم بالاستمرارية.

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت المؤلفة اختبار معامل الرتب لسبيرمان المبين نتيجته في الجدول التالي رقم (٨٧):

جدول رقم (٨٧)

اختبار معامل الرتب لسبيرمان لقياس الفروق بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة والمضمون للقضايا التي تتسم بالاستمرارية والقضايا التي لا تتسم بالاستمرارية

القضايا		ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا	ترتيب المضمون بوجه عام للقضايا	ترتيب قناة MBC للقضايا	ترتيب قناة الجزيرة للقضايا
القضايا التي تتسم بالاستمرارية	القضية الفلسطينية	٢	٢	٢	٢
	القضية العراقية	٥	٣	١	١
	الإصلاح في لبنان	٦	٤	٦	٤
	التفجيرات الإرهابية في مصر	٤	٦	٥	٦
	الإصلاح السياسي في مصر	٣	٥	٤	٥
	التفجيرات الإرهابية الدولية	١	١	٣	٣
معامل سبيرمان			٠,٥٤	٠,٣٧	٠,٠٩
القضايا التي لا تتسم بالاستمرارية	الإصلاح في إيران	٢	٢	١	١
	الدستور الأوروبي	٣	١	٢	٢
	تلوث الغذاء والبيئة في مصر	١	٣	٣	٣
معامل سبيرمان			١,٠٠-	٠,٥٠-	٠,٥٠-

توضح بيانات الجدول السابق عدة نتائج منها:

- وجود **ارتباط طردي متوسط** باستخدام معامل الرتب لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا التي تتسم بالاستمرارية **وترتيب المضمون بوجه عام لها**، حيث بلغت قيمته (٠,٥٤).
- وجود **ارتباط طردي متوسط** باستخدام معامل الرتب لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا التي تتسم بالاستمرارية وترتيب **قناة MBC** لها، حيث بلغت قيمته (٠,٣٧).

- وجود **ارتباط طردي ضعيف** باستخدام معامل الرتب لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا التي تتسم بالاستمرارية وترتيب **قناة الجزيرة** لها، حيث بلغت قيمته (٠,٠٩).
- **تظهر قيم معاملات الارتباط أن قناة MBC أكثر قدرة من قناة الجزيرة على ترتيب أولويات الرأي العام المصري عينة الدراسة في القضايا التي تتسم بالاستمرارية، حيث أن الارتباط بين أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة وأجندة قناة MBC كان ارتباطاً طردياً متوسطاً بلغت قيمته (٠,٣٧) بينما كان الارتباط بين أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة وأجندة قناة الجزيرة طردياً ضعيفاً حيث بلغت قيمته (٠,٠٩).**
- **بينما تظهر قيم معاملات الارتباط بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة وترتيب المضمون في القضايا التي تتسم بالاستمرارية، حيث كان ارتباطاً طردياً متوسطاً، إذ بلغت قيمته (٠,٥٤).**
- وجود **ارتباط عكسي تام** باستخدام معامل الرتب لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا التي لا تتسم بالاستمرارية وبين **ترتيب المضمون بوجه عام لها**، حيث بلغت قيمته (-١,٠٠).
- وجود **ارتباط عكسي متوسط** باستخدام معامل الرتب لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا التي لا تتسم بالاستمرارية وبين ترتيب **قناة MBC** لها، حيث بلغت قيمته (-٠,٥٠).
- ظهر وجود **ارتباط عكسي متوسط** باستخدام معامل الرتب لسبيرمان بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا التي لا تتسم بالاستمرارية وبين ترتيب **قناة الجزيرة** لها حيث بلغت قيمته (-٠,٥٠).
- وتظهر قيم معاملات الارتباط **التساوي** بين قناتي MBC والجزيرة في ترتيبها لأجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة في القضايا التي لا تتسم بالاستمرارية، حيث كانت قيمة معامل الارتباط (-٠,٥٠) وهو يعد ارتباطاً عكسياً متوسطاً، **وتظهر قيم معاملات الارتباط وجود ارتباط عكسي تام بين ترتيب أجندة المضمون وأجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة في القضايا التي لا تتسم بالاستمرارية، حيث كانت قيمة معامل الارتباط (-١,٠٠).**
- **وبناء على ما سبق، يمكن الاستنتاج، وفي حدود هذه الدراسة نقبل صحة هذا الفرض حيث يوجد ارتباط بين ترتيب أجندة المضمون بوجه عام وقناة MBC والجزيرة وترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة في كل من القضايا التي تتسم بالاستمرارية والقضايا التي لا تتسم بالاستمرارية على حد السواء، ويفسر ذلك أهمية كافة القضايا سواء التي تتسم بالاستمرارية أو التي لا تتسم بالاستمرارية، فعلى سبيل المثال قضية تلوث الغذاء في مصر رغم أنها قضية لا تتسم**

بالاستمرارية إلا أنها تدخل في بؤرة اهتمام المبحوثين عينة الدراسة، وبالتالي يتم تعرضهم بشكل مستمر لوسائل الإعلام للتعرف على معلومات حول هذه القضايا مما يؤدي إلى تقارب ترتيبهم لهذه القضايا المستمرة وغير المستمرة على حد السواء مع ترتيب أجندة الإعلام لها.

- وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج إحدى الدراسات السابقة التي أوضحت انخفاض قدرة وسائل الإعلام في وضع أجندة الرأي العام المصري عينة الدراسة في القضايا المستمرة التي يعاني منها منذ فترة طويلة .

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من ترتيب أولويات الرأي العام المصري عينة الدراسة من الذين يعتمدون على قناة MBC والذين يعتمدون على قناة الجزيرة وترتيب المضمون للقضايا المصرية والعربية والدولية.

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت المؤلفة اختبار معامل الرتب لسبيرمان المبين نتيجته في الجدول التالي رقم (٨٩):

جدول رقم (٨٩)

اختبار معامل الرتب لسبيرمان لقياس الفروق بين ترتيب الرأي العام المصري عينة الدراسة من الذين يعتمدون على قناة الجزيرة والذين يعتمدون على قناة MBC وترتيب المضمون للقضايا المصرية والعربية والدولية

	الترتيب / القضايا	المضمون	MBC	الجزيرة	الترتيب عند من يعتمدون على الجزيرة			الترتيب عند من يعتمدون على MBC		
					اعتماد كبير	اعتماد متوسط	اعتماد قليل	اعتماد كبير	اعتماد متوسط	اعتماد قليل
مصرية	الإصلاح السياسي	١	١	١	٢	٢	٣	٢	٢	٢
	تلوث الغذاء	٣	٣	٣	٣	٣	٢	٣	٣	٣
	التفجيرات	٢	٢	٢	١	١	١	١	١	١
	معامل سبيرمان			المضمون MBC الجزيرة	٠,٥٠ ٠,٥٠ ٠,٥٠	٠,٥٠ ٠,٥٠ ٠,٥٠	٠,٥٠- ٠,٥٠- ٠,٥٠-	٠,٥٠ ٠,٥٠ ٠,٥٠	٠,٥٠ ٠,٥٠ ٠,٥٠	٠,٥٠ ٠,٥٠ ٠,٥٠
عربية	الإصلاح في لبنان	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣
	القضية العراقية	١	٢	١	٢	٢	٢	٢	٢	٢
	القضية الفلسطينية	٢	١	٢	١	١	١	١	١	١
	معامل سبيرمان			المضمون MBC الجزيرة	٠,٥٠ ١,٠٠ ٠,٥٠	٠,٥٠ ١,٠٠ ٠,٥٠	٠,٥٠ ١,٠٠ ٠,٥٠	٠,٥٠ ١,٠٠ ٠,٥٠	٠,٥٠ ١,٠٠ ٠,٥٠	٠,٥٠ ١,٠٠ ٠,٥٠
دولية	الدستور الأوروبي	٣	٢	٣	٣	٣	٣	٣	٣	٣
	الإرهاب الدولي	١	١	١	١	٢	٢	١	١	١
	أزمة إيران	٢	٣	٢	٢	١	١	٢	٢	٢
	معامل سبيرمان			المضمون MBC الجزيرة	١,٠٠ ٠,٥٠ ١,٠٠	٠,٥٠ ٠,٥٠- ٠,٥٠	٠,٥٠ ٠,٥٠- ٠,٥٠	١,٠٠ ٠,٥٠ ١,٠٠	١,٠٠ ٠,٥٠ ١,٠٠	١,٠٠ ٠,٥٠ ١,٠٠

(أ) القضايا المصرية:

(١) ترتيب القضايا المصرية عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون على قناة الجزيرة:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً على قناة الجزيرة** في الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً على **قناة الجزيرة** في الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً على **قناة الجزيرة** في الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً على قناة الجزيرة** في الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً على **قناة الجزيرة** في الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً على **قناة الجزيرة** في الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).

- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود ارتباط **عكسي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتماداً قليلاً على قناة الجزيرة في** الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (-٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط عكسي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين **يعتمدون اعتماداً قليلاً** على **قناة الجزيرة** في الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (-٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود ارتباط عكسي متوسط بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً قليلاً على **قناة الجزيرة** في الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (-٠,٥٠).

(٢) ترتيب القضايا المصرية عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون على قناة MBC:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً على قناة MBC** في الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً على **قناة MBC** في الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً على **قناة MBC** في الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد

الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً على قناة MBC في** الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).

- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً على **قناة MBC** في الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً على **قناة MBC** في الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتماداً قليلاً على قناة MBC** في الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً قليلاً على **قناة MBC** في الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا المصرية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً قليلاً على **قناة MBC** في الحصول على معلومات حول القضايا المصرية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).

(ب) القضايا العربية:

(١) ترتيب القضايا العربية عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون على قناة الجزيرة:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً على**

قناة الجزيرة للحصول على معلومات حول القضايا العربية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).

- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تـام** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً على **قناة الجزيرة** للحصول على معلومات حول القضايا العربية، حيث بلغت قيمته (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً على **قناة الجزيرة** للحصول على معلومات حول القضايا العربية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً** على **قناة الجزيرة** للحصول على معلومات حول القضايا العربية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تـام** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً على **قناة الجزيرة** للحصول على معلومات حول القضايا العربية، حيث بلغت قيمته (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة الجزيرة** وترتيبهاعند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً على **قناة الجزيرة** للحصول على معلومات حول القضايا العربية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتماداً قليلاً** على **قناة الجزيرة** للحصول على معلومات حول القضايا العربية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تـام** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام

المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً قليلاً على **قناة الجزيرة** للحصول على معلومات حول القضايا العربية، حيث بلغت قيمته (١,٠٠).

- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية **في قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً قليلاً على **قناة الجزيرة** للحصول على معلومات حول القضايا العربية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).

(٢) ترتيب القضايا العربية عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون على قناة MBC:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية **في المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً** على **قناة MBC** للحصول على معلومات حول القضايا العربية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا العربية **في قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً على **قناة MBC** للحصول على معلومات حول القضايا العربية، حيث بلغت قيمته (١,٠٠).
- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية **في قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً على **قناة MBC** للحصول على معلومات حول القضايا العربية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية **في المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً** على **قناة MBC** للحصول على معلومات حول القضايا العربية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا العربية **في قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً على **قناة MBC**

للحصول على معلومات حول القضايا العربيـــة، حيــث بلغــت قيمتـــه (١,٠٠).

- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية **في قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العـــام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً على **قناة MBC** للحصول على معلومات حول القضايا العربيـــة، حيــث بلغــت قيمتـــه (٠,٥٠).
- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية **في المضمون بوجه عام** وترتيبهـــا عنـــد أفـــراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتماداً قلـــيلاً علـــى قناة MBC** للحصول على معلومات حول القضايا العربية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي تـــام** بـــين ترتيب القضايا العربية **في قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العـــام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً قليلاً على **قنـــاة MBC** للحصول على معلومات حول القضايا العربيـــة، حيــث بلغــت قيمتـــه (١,٠٠).
- وأظهر معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا العربية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العـــام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً قليلاً على **قنـــاة MBC** للحصول على معلومات حول القضايا العربيـــة، حيــث بلغــت قيمتـــه (٠,٥٠).

(ج) القضايا الدولية:

(١) ترتيب القضايا الدولية عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراســـة الذين يعتمدون على قناة الجزيرة:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في **المضمون بوجه عام** وترتيبهاعند أفراد الرأي العـــام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً** على **قناة الجزيرة** للحصول على معلومات حول القضايا الدوليـــة، حيــث بلغــت قيمتـــه (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العـــام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً على **قناة الجزيـــرة**

للحصول على معلومات حول القضايا الدولية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).

- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية **في قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً على **قناة الجزيرة** للحصول على معلومات حول القضايا الدولية، حيث بلغت قيمته (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية **في المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً** على **قناة الجزيرة** للحصول على معلومات حول القضايا الدولية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود ارتباط عكسي متوسط بين ترتيب القضايا الدولية **في قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً على **قناة الجزيرة** للحصول على معلومات حول القضايا الدولية، حيث بلغت قيمته (-٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً على **قناة الجزيرة** للحصول على معلومات حول القضايا الدولية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية **في المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتمادا قليلاً** على **قناة الجزيرة** للحصول على معلومات حول القضايا الدولية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود ارتباط عكسي متوسط بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً قليلاً على **قناة الجزيرة** للحصول على معلومات حول القضايا الدولية، حيث بلغت قيمته (-٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية **في قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام

المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً قليلاً على **قناة الجزيرة** للحصول على معلومات حول القضايا الدولية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).

(٢) ترتيب القضايا الدولية عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون على قناة MBC:

- أظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية **في المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً** على **قناة MBC** للحصول على معلومات حول القضايا الدولية، حيث بلغت قيمته (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً على **قناة MBC** للحصول على معلومات حول القضايا الدولية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً كبيراً على **قناة MBC** للحصول على معلومات حول هذه القضايا، حيث بلغت قيمته (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية **في المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً** على **قناة MBC** للحصول على معلومات حول القضايا الدولية، حيث بلغت قيمته (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً على **قناة MBC** للحصول على معلومات حول القضايا الدولية، حيث بلغت قيمته (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تام** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً متوسطاً على **قناة MBC** للحصول على معلومات حول القضايا الدولية، حيث بلغت قيمته (١,٠٠).

- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تـام** بـين ترتيب القضايا الدولية **في المضمون بوجه عام** وترتيبها عند أفراد الرأي العام المصري عينة الدراسة **الذين يعتمدون اعتماداً قليلاً** علـى **قنـاة MBC** للحصول على المعلومات حول القضايا الدولية، حيـث بلغـت قيمته (١,٠٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي متوسط** بين ترتيب القضايا الدولية في **قناة MBC** وترتيبها عند أفراد الرأي العـام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً قليلاً على **قنـاة MBC** للحصول على المعلومات حول القضايا الدوليـة، حيـث بلغـت قيمتـه (٠,٥٠).
- وأظهر **معامل ارتباط الرتب لسبيرمان** وجود **ارتباط طردي تـام** بـين ترتيب القضايا الدولية في **قناة الجزيرة** وترتيبها عند أفراد الرأي العـام المصري عينة الدراسة الذين يعتمدون اعتماداً قليلاً على **قنـاة MBC** للحصول على المعلومات حول القضايا الدوليـة، حيـث بلغـت قيمتـه (١,٠٠).
- **وبناء على ما سبق، نقبل صحة هذا الفرض جزئياً فيما يتعلق بوجـود تأثير لدرجة الاعتماد على قناة الجزيرة على الارتباط ما بـين ترتيـب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا المصرية والدولية وترتيبها في قناة الجزيرة وفي المضمون بوجه عام، ويرفض الفرض بالنسـبة لتأثير درجة الاعتماد على قناة الجزيرة على الارتباط ما بـين ترتيـب الرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا العربية وترتيبها في قنـاة الجزيرة والمضمون بوجه عام، ويرفض هذا الفرض جزئيـاً بالنسـبة لتأثير درجة الاعتماد على قناة MBC والارتباط ما بين ترتيب الـرأي العام المصري عينة الدراسة للقضايا المصـرية والعربيـة والدوليـة وترتيبها في كل من المضمون وقناة MBC.**

مراجع الباب الثاني

1- Bains, Simon. Electronic News: Past, Present and Future. *In*:http://*Miranda. emeraldinsight. Com. In:* (8-3-2006)

2- Marshall , P. David. *New Media Cultures*. (London: Arnold Publishers , 2004) Pp.91–93.

- Biagi , Shirley. *Media Impact: An Introduction To Mass Media*. (Canada: Thomson Wadsworth , 2003) P. 187.

3- *Ibid*. P. 188.

4- Elasmar , Michael G. ***The Impact Of International Television: A Paradigm Shift***. (USA: LEA Publishers , 2003) P.183.

5- Eagan , Thomas. Consumer Services Continue To Dominate On Wall Street. ***In:*** http//*web.lexis-nexis. com/ universe/ document?* ***In:*** (9-5-2006)

6- Raymond L. Carroll & C.A Tuggle. The World Outside: Local TV. News Treatment Of Imported News. ***In: Journalism & Mass Communication Quarterly*** , Vol:74, No:1 , Spring 1997. P. 123.

٧- حسن رجب. دور الفضائيات العربية فى مواجهة الغزو الإعلامى الأمريكى. ***فى: شئون عربية***، عدد ١١٤، ٢٠٠٣. ص٨٣.

٨- جيهان يسرى. القناة الفضائية الإسرائيلية ودورها فى الحرب الإعلامية بين العرب وإسرائيل. ***فى: المجلة المصرية لبحوث الرأى العـام***، المجلـد الرابــع، العـدد المزدوج، يناير – ديسمبر ٢٠٠٣. ص٧٧.

9- Wojciech , Borucki and Others. Selected Aspects of Broadcasting sector Development in News Members. ***In:*** http:// ***First Search/Oclc.org/web /Espage?pagename = record***. htm. ***In:*** (10-5-2005)

10- Sarrinali , Shu-Chu. New Media and Market Analysis of Television News , Electronic News, Newspaper News In Taiwan. ***In: Journal Of Broadcasting & Electronic Media*** , vol:45 , No:2 , 2001. P. 260.

١١- عاطف عدلى العبد. ***القنوات المتخصصة: الواقع والآفاق المسـتقبلية***. (القـاهرة: فيروز المعادى، ٢٠٠٦) ص٦٠.

١٢- عاطف عدلى العبد. ***الإعلام والمجتمع: الأسـس النظريـة والنمـاذج التطبيقيـة***. (القاهرة: دار الفكر العربى، ٢٠٠٦) ص٦٧.

(*) أعترف بشبكة الانترنت كوسيلة أخبارية فى سبتمبر ١٩٩٨ حينما إنفردت ببث تقرير قضية كلينتون – مونيكا دون غيرها من وسائل الإعلام.

١٣- عاطف عدلي العبد. ***الإعلام والمجتمع. مرجع سابق***. ص٦٧.

14- Philip, E. Agre. The Internet and Public Discourse. In:http : // www. ***firstmonday. dk/ issue3-3/ agre/ index***. html. ***In:*** (20-7-2005).

١٥- السيد الغضبان. شهادة واقعية عن تجربة بالإعلام المرئى والمسموع. *فى: ندوة الإعلام والثقافة والهوية فى الوطن العربى* . (القاهرة: دار الأمين للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠) ص ٣١٠.

16- Marshall , P. David. *Op-cit.* P. 89.

17- Agee, Warren K. and Others. ***Introduction To Mass Media.*** (USA: Harper Collins Collage Publishers , 1994) P.77.

١٨- - المركز العربى لبحوث المستمعين والمشاهدين. حلقة دراسية بعنوان " من أجل ثقافة وطنية فى مواجهه الغزو الثقافى الفضائى". *فى: مجلة الإذاعات العربية،* العدد الثانى، ١٩٩٦. ص ٣٧.

- عاطف عدلي العبد. محاضرة بعنوان "مقومات الرأى العام وطرق قياسه الكمية والكيفية". *غير منشورة.* (المنامة: مركز البحرين للدراسات والبحوث، ٢٠٠٣)

19- Gregor , Mac. Live , Direct and Biased ? Making Television News In The Satellite Age. ***In: European of Communication*** , Vol:14 , No:2 , 1999. Pp. 256 – 258.

٢٠- أحمد عبد الرحمن أحمد. العولمة: المفهوم، المظاهر، والمسببات. *فى: مجلة العلوم الاجتماعية،* جامعة الكويت، المجلد ٢٦، العدد الأول، ربيع ١٩٩٨. ص٥٢.

٢١- فضل الله محمد سلطح. *العولمة السياسية: إنعكاساتها وكيفية التعامل معها.* (الإسكندرية: مكتبة بستان المعرفة، ٢٠٠٠) ص١٠.

٢٢- جلال أمين. العولمة والهوية الثقافية والمجتمع التكنولوجى الحديث. *فى: المستقبل العربى،* العدد٢٣٤، ١٩٩٨. ص٥٨.

23- Philips, Estelle M. & Pugh, D. S. ***How To Get A Ph.D: A Handbook For Students And Their Supervisors.*** (London: Ubspd Publishers,1996) Pp. 11 – 15.

٢٤- سمير حسين. *تطبيقات فى مناهج البحث العلمى: بحوث الإعلام،* ط٢ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩١) ص ٤٥.

25- Lindlof , Thomas R. ***Qualitative Communication Research Method.*** (London: Sage Publications , 1995) P. 90.

(*) تخصص المؤلفة الفصل الثانى من هذه الدراسة للدراسات السابقة بمحاورها المختلفة.

٢٦- خالد صلاح الدين. " دور التلفزيون والصحف فى تشكيل معلومات وإتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية". *رسالة دكتوراه.* (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١) ص ٦.

27- Phillips , Estelle M. & Pugh , D.S. ***Op-Cit.*** P.5.

(*) رصدت الولايات المتحدة الأمريكية ٢٤٥ مليون دولار على مدى عامين لتجميل وجه أمريكا، منها ٣٠ مليون دولار لبدء قناة الحرة لتكون أحد أدوات الدعاية الأمريكية. *فى: المرجع الآتى.*

- عاطف عدلي العبد. *الدعاية: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية*. (القاهرة: دار الفكر العربى، ٢٠٠٣)،. ص١١٩.

(*) ستعرض المؤلفة لهذه الدراسة الإستطلاعية من حيث إجراءاتها المنهجية ونتائجها لاحقاً.

28- Iecd , Louis M. & Parker , Richard A. ***Designing And Conducting Survey Research.*** (Usa: Jossey Bass Publishers , 1992) P. 37.
29- Lindlof , Thomas R. ***Op-Cit.*** P. 91.
(*) توجد نتائج الدراسة التحليلية في المرجع الآتي:
- نهى عاطف العبد. ***صناعة الأخبار التليفزيونية في عصر البث الفضائي.*** (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٦).
(*) لمزيد من المعلومات حول نظرية ترتيب الأولويات انظر المرجع الآتي:
- عاطف العبد، نهى عاطف العبد. ***نظريات الإعلام والرأي العام.*** (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٧).
٣٠- السيد احمد مصطفى. ***البحث الإعلامي: مفهومه، إجراءاته، ومناهجه.*** (دبي: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢) ص ١٣٣.
٣١- محمد عبد الحميد. ***البحث العلمي في الدراسات الإعلامية.*** (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠) ص ص١٠٩-١١١.
٣٢- سمير حسين. ***مرجع سابق.*** ص ٧٧.
33- Phillips , Estelle M. & Pugh , D.S. ***Op-Cit.*** P.14
٣٤- عدلي رضا. " مناهج البحث." ***مذكرات غير منشورة.*** (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥) ص ٢١.
(*) توجد نتائج اختبار هذه الفروض في المرجع الآتي:
- نهى عاطف العبد. ***مرجع سابق.***
٣٥- سمير حسين. ***بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ.*** (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩١) ص ٩٩.
36- Phillips , Estelle M. & Pugh , D.S. ***Op-Cit.*** P. 45.
٣٧- سمير حسين. ***تطبيقات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام. مرجع سابق.*** ص ٩٨.
٣٨- سمير حسين. ***بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ. مرجع سابق.*** ص ٩٩.
(*) ترى المؤلفة ان التسمية الأدق هي البحوث شبه التجريبية.
39- Phillips , Estelle M. & Pugh , D.S. ***Op-Cit.*** P. 43.
40- Lindlof , Thomas R. ***Op-Cit.*** P. 94.
٤١- محمد عبد الحميد. ***البحث العلمي في الدراسات الإعلامية . مرجع سابق.*** ص ١٥٨.
٤٢- عاطف عدلي العبد. ***المنهج العلمي في البحوث الإعلامية.*** (القاهرة: دار الهاني، ٢٠٠٠) ص ١٥.
٤٣- سامي طايع. ***بحوث الإعلام.*** (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠١) ص ١٦٧.
44- Phillips , Estelle M. & Pugh , D.S. ***Op-Cit.*** Pp. 41-44.
45- Newbold , Chris And Others. ***The Media Book.*** (London: Arnold Publishers , 2002) P. 62.
(*) ظهرت القناتان في الدراسة الإستطلاعية التي ستتناولها المؤلفة تفصيلا لاحقا.

46- Wimmer , Roger D. & Dominick , Joseph R. ***Mass Media Research: An Introduction*** , Seventh Edition. (USA: Thomson Wadsworth , 2003) P. 140.

47- Berger , Arthur Asa. ***Media And Communication Research Methods: An Introduction .To Qualitative and Quantitative Approaches.*** (London: Sage Publications, 2004) Pp.173-174.

48- Fiske, John & Hartley, John. ***Reading Television.*** (USA: Routledge, 1996) P.21.

49- Berger , Arthur Asa. ***Media And Communication Research Method. Op-Cit*** P. 174.

50- Berger , Arthur Asa. ***Media Research Techniques***. (London: Sage Publications ,1991) P.28.

51- Wimmer , Roger D. & Dominick , Joseph. R. ***Op-cit***. P. 143.

52- Schoenback ,Klaus & Semetho , Hollia. Agenda – Setting , Agenda – Reinforcing Or Agenda – Deflating ? A Study Of 1990 German National Election. ***In: Journalism Quarterly*** , Vol: 69 , No:4, Winter 1992. P. 843.

53- Wimmer , Roger D. & Dominick , Joseph R. ***Op-cit***. P. 143.

٥٤- فرج الكامل. ***مرجع سابق.*** ص ص١٨٩-١٩٠.

٥٥- عاطف عدلي العبد. ***الرأى العام وطرق قياسه: الأسس النظرية والجوانب المنهجية والنماذج التطبيقية والتدريبات العمليــة .*** (القاهرة: دار الفكر العربى، ٢٠٠٥) ص ١٦٩.

56- Wafai , Mohamed. " Political Behavior , Legitimation , and Social Control: U.S. Senators , The Mideast and Tv. News ". ***Ph.D***. (USA: University Of Minnesota, 1983) P. 100.

57- Davie , William R. & Sooklee. Sex, Violence , and Consonance , Differentiation: An Analysis Of Local Tv. News Values. ***In: Journalism & Mass Communication Quarterly,*** Vol:72 , No:1 , Spring 1995. P. 131.

58- Joan , Gorham. ***Mass Media*** , Seventh Edition. (USA: McGraw Hill , 2000) P. 91.

٥٩- عاطف العبد. ***الرأىالعام وطرق قياسه: الأسس النظريـــة والجوانـــب المنهجيـــة والنماذج التطبيقية والتدريبات العملية. مرجع سابق.*** ص ص١٦٤-١٦٥.

60- Berger , Arthur Asa. ***Media and Communication Research Method. Op-cit.*** P. 183.

٦١- حسن عماد. مداخل دراسة الأخبار الإذاعية باستخدام أسلوب تحليل المحتوى. ***فـــي: مجلة بحوث الاتصال***، العدد السابع، ١٩٩٢.ص ص١٨-١٩.

٦٢- المحكمون لصحائف الدراسة التحليلية والميدانية:

أ- الخبراء فى مجال الإعلام ومناهج البحث (الترتيب أبجديا):

- د. إبتسام الجندى — الأستاذ المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- د. أشرف جلال — المدرس بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- د. ثريا بدوى — المدرس بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

- أ.د. حسن عماد مكاوى — الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة، ورئيس قسم الإذاعة بكلية الإعلام.
- د. خالد صلاح الدين — المدرس بكلية الإعلام جامعة القاهرة .
- أ.د. سامى الشريف — الأستاذ بكلية الإعلام ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب.
- أ.د. سامى طايع — الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.د. سلوى إمام — الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- د. عادل عبد الغفار — المدرس بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.د. عاطف العبد — الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة، ومدير مركز بحوث الرأى العام.
- أ.د. عصام نصر — الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة .
- أ.د. ليلى حسين — الأستاذ بكلية الأداب جامعة حلوان، ورئيس قسم الإنتاج الإذاعى والتلفزيوني بالأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام.
- أ.د. كمال المنوفى — الأستاذ بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية، وعميد الكلية السابق.
- أ.د. منى الحديدى — الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة وعميد الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام.

ب -الممارسون للعمل الإعلامى فى مجال الأخبار (الترتيب ابجديا) :

- د. أحمد يوسف القرعى — نائب رئيس تحرير جريدة الأهرام.
- د. ثروت مكى — الأمين العام لإتحاد الإذاعة والتلفزيون، والرئيس السابق لقطاع الأخبار.
- أ. عمرو الليثى — الخبير الإعلامى.
- د. نشوى الشلقانى — رئيس قناة النيل الدولية.

63- Wimmer , Rogers D. & Dominick , Joseph , R. ***Op-cit***. P. 149.

٦٤- مثل فئة نوع الخبر، حيث يكون بداخلها أكثر من حالة للترميز (سياسي، اقتصادي، اجتماعي، ..إلخ).

٦٥- عدلى رضا. ***مرجع سابق.*** ص ص ١٦ - ١٧.

٦٦- فرج الكامل. ***مرجع سابق.*** ص ١٢٣.

٦٧- محمد عبد الحميد. ***البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. مرجع سابق.*** ص ١٣٠.

٦٨- خالد صلاح الدين. ***دور وسائل الإعلام والجماعات المرجعية في تشكيل الاهتمامات البارزة للرأي العام المصري. مرجع سابق.*** ص ص ٥٦ - ٥٧.

٦٩- محمد عبد الحميد. ***البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. مرجع سابق.*** ص ١٣٠.

70- Newbold , Chris And Others. ***Op-Cit***. P. 63.

71- Wimmer, Roger D.& Dominick , Joseph. R. ***Op-cit***. P. 86.

72- Naughton, Glenda Mac And Others. ***Doing Early Childhood Research.*** (USA: Open University Press, 2001) P. 156.

73- Louise , H. Kidder And Others. ***Research Methods In Social Relations***. (USA: CBs Publishers , 1986) P. 149.

74- Newbold , Chris And Others. ***Op- Cit.*** P. 63.

75- Wimmer, Roger D.& Dominick , Joseph. R. ***Op-Cit.*** P. 88.

76- Deocon , David And Others. ***Researching Communication :A Practical Guide To Methods In Media And Cultural Analysis.*** (London: Arnold Publishers , 1999) P. 50.

77- Gilbert , Nigle. ***Researching Social Life.*** (London: Sage Publishers , 2001) Pp. 61- 62.

٧٨- محمد منير حجاب. ***أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية.*** (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢) ص١٢٢.

79- Hoinville, Gerald & Jowell, Roger. ***Survey Research Practice.*** (USA: Helmemann Educational Books , 1997) P. 57

٨٠- محمد منير حجاب. ***مرجع سابق.*** ص ١٢٢.

(*) طبقا للمعادلة الآتية: $N = \frac{Z^2 PQ}{D}$ حيث أن :

N = حجم العينة المطلوبة فى المجتمعات التى تزيد عن ١٠٠٠٠ مفردة.

Z = مقدار الإنحراف عن المتوسط القياسى المعتاد (٩٦و١) بمستوى ثقة (٩٥%).

P = نسبة التقدير فى تحقيق الظاهرة.

D = درجة الدقة المطلوبة وهى تقترن عادة بمستوى ثقة (٩٥%).

Q = النسبة المكملة للنسبة P حيث ان (P+Q = I).

81- Fisher, A Et Al. ***Handbook For Family Planning Operations Research Design.*** (USA: The Population Council , 1983) Pp. 31 – 33.

٨٢- – هبة شاهين. " إستخدامات الجمهور المصرى للقنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية ميدانية ". ***رسالة دكتوراه.*** (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٠) ص٤٤٠.

– نهى عاطف العبد. "علاقة الطفل المصرى بالقنوات الفضائية العربية". ***رسالة ماجستير.*** (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٣) ص٢٥.

٨٣- من البحوث التى أعتمدت على أسلوب التوزيع المتساوى بين العينات الفرعية:

– السيد بهنسى حسن. مدى إعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات: دراسة ميدانية على طلاب الجامعات. ***فى: المجلة المصرية لبحوث الرأى العام،*** العدد الرابع، ٢٠٠٠. ص ١٢.

– نهى عاطف العبد. ***أطفالنا والقنوات الفضائية.*** (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٥) ص٤٢.

84- Wimmer , Roger D. & Dominick , Joseph R. ***Op-cit.*** P.150.

٨٥- محمد عبد الحميد. ***البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. مرجع سابق.*** ص ص ١٣٤ – ١٣٥.

86- Gilbert , Nigel. ***Op-Cit.*** Pp.73 – 75.

87- Pearl , Dennis & Fairley , David. Testing For The Potential For Nonresponse Bias In Sample Surveys. ***In: Public Opinion Quarterly*** , Vol:49 , No:4, 1985. P. 145.

88- Gilbert ,Nigel. ***Op- Cit.*** Pp. 60 – 61.

89- Richardson , John T.E. ***Handbook Of Qualitative Research Methods For Psychology And The Social Sciences.*** (USA :Bps Black Well , 2002) P.138.

90- Leedy , Paul D. ***Practical Research :Planning And Design.*** (USA: Macmillan Publishing Co. , 2004) P. 79.

91- - Iecd , Louis M. & Parker , Richard A. ***Op-Cit.*** P.2.
- Blaxter , Loraine and Others. ***How To Research***. (London: Open University Press , 1998) P. 159.

٩٢- سمير حسين. ***تطبيقات فى مناهج البحث العلمى: بحوث الإعلام. مرجع سـابق.*** ص ١٤٦.

٩٣- محمد عبد الحميد. ***البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. مرجـع سـابق.*** ص ٣٥٣.

94- Louise, H. Kinder and Others. ***Research Methods in Social Relations***. (USA: CBS Publishers, 1986) p.231.

95- Naugton, Glenda Mac And Others. ***Op-Cit.*** P.120.

96- ***Ibid.*** P.154.

97- Leedy, Paul D. ***Op-Cit.*** P.80.

(*) لم تتضمن صحيفة الإستقصاء الخاصة بهذه الدراسة كافة العناصر السـابقة ومنهـا المقدمة التمهيدية أو الملاحظات نظراً لأن الصحيفة تم ملئها من قبل المؤلفـة – ودون الإستعانة بباحثين آخرين – بأسلوب المقابلة.

98- O'sullivan, Tim And Others. ***Studying The Media: An Introduction***, Third Edition. (London: Arnold Publishers, 2003) P.277.

99- Burns, Robert B. ***Introduction To Research Methods.*** (London: Sage Publications , 2000) P.566.

100-***Ibid.*** 574.

101-Berger , Arthur Asa. ***Media And Communication Research Methods: An Introduction To Qualitative And Quantitative Approaches. Op-Cit.*** Pp. 187 – 189.

١٠٢-عاطف العبد. ***تصميم وتنفيذ إستطلاعات وبحوث الإعلام والرأى العـام. مرجـع سابق.*** ص١٠٥.

103- Bell, Judith. ***Doing Your Research Project: A Guide For First – Time Researchers In Education And Social Science*** , Third Edition. (London: Open University Press , 1999) P. 119.

104- Jackson Flower , Floy D. How Unclear Terms Effect Survey Data. ***In: Public Opinion Quarterly*** , No:2, Vol:56 , 1992. P. 230.

105- Dillman , Don And Others. Effect Of Questionnaire Length Respondent – Friendly Design And A Difficult Question On Response Rates For Occupant – Addressed Census Mail Surveys. ***In: Public Opinion Quarterly*** , Vol: 57 , No:3 , 1993. P.290.

١٠٦-محمد عبد الحميد. ***البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. مرجع سـابق.*** ص ص ٣٩٣ – ٣٩٦.

107- Bell , Judith. ***Op-Cit.*** P. 135.

108- Berger , Arthur Asa. ***Media And Communication Research Methods. Op-Cit.*** P. 191.

109- Burns , Robert , B. ***Op-Cit.*** Pp. 582 – 583.

(*) استغرق ملء صحيفة الإستقصاء فى هذه الدراسة مدة تراوحت مـا بـين ٢٠ – ٣٠ دقيقة للمبحوث الواحد، وكانت المؤلفة تبدأ عملها مبكراً وتنتهى منه فـى وقـت

متأخر ليلا طوال فترة جمع البيانات لإنهاء العمل الميداني في فترة محددة طبقاً لمسلمات نظرية الأجندة.

110- Burns , Robert B. ***Op-Cit***. P. 583.
111- Berger , Arthur Asa. ***Media Research Techniques. Op-Cit.*** P.192.
112- Newbold , Chris And Others. ***Op-Cit.*** Pp. 191 – 192.
١١٣-فرج الكامل. ***مرجع سابق.*** ص ص ١٨٠ – ١٨٥.
114- Bell, Judith. ***Op-Cit.*** P. 14.
115- Newbold , Chris And Others. ***Op-Cit.*** Pp. 193 – 194.
116- Berger , Arthur Asa. ***Media Research Techniques . Op-Cit***. P. 196.
117- Gilbert , Nigel. ***Op-Cit***. Pp. 98 – 99.
118- Burns , Robert B. ***Op-Cit***. Pp. 574 – 577.
119- Bell , Judith. ***Op-Cit***. Pp. 122 – 124.
١٢٠-عاطف العبد. ***الرأى العام وطرق قياسه: الأسس النظرية والجوانب المنهجية والنماذج التطبيقية والتدريبات العملية. مرجع سابق.*** ص١٨٩.
١٢١-عاطف العبد. ***تصميم وتنفيذ إستطلاعات بحوث الإعلام والرأى العام. مرجع سابق.*** ص ١٠٨.
122- Louise H. , Kidder And Others. ***Op-Cit***. P. 243.
١٢٣-عاطف العبد. ***تصميم وتنفيذ إستطلاعات وبحوث الإعلام والرأى العام . مرجع سابق.*** ص ١٠٩.
124- Naughton , Glenda Mac And Others. ***Op-Cit***. P. 169.
125- Sanchez , Maria Elena &Morchio, Glovanna. Porbing " Don't Know " Answers: Effect On Survey Estimates And Variable Relationships. ***In: Public Opinion Quarterly*** , Vol:56, 1992. P. 54.
١٢٦-عاطف العبد. ***تصميم وتنفيذ إستطلاعات وبحوث الإعلام والرأى العام. مرجع سابق.*** ص ١٠٨.
127- Newbold , Chris And Others. ***Op-Cit***. P. 66.
128- Naughton , Glenda Mac And Others. ***Op-Cit.*** P. 157.
129- Wimmer , Roger D. & Dominick , Joseph R. ***Op-cit***. P. 142.
(*) تراوحت المدة التى إستغرقها ملء الإستقصاء فى هذه الدراسة مابين (٢٥-٣٥) دقيقة للمبحوث الواحد.
130- Bell, Judith. ***Op-Cit***. Pp. 127 – 128.
١٣١- عاطف العبد، زكى عزمى. ***الأسلوب الإحصائى وإستخداماته فى بحوث الإعلام والرأى العام.*** (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٣) ص١٩.
- Berger , Arthur Asa. ***Op-cit***. P. 198.
132- Berger , Arthur Asa. ***Media And Communication Research Methods. Op-Cit***. P.42.
133- Hoinville , Gerald & Jowell , Roger. ***Op-Cit***. P.33.
134- Kidder , Louise H. and others. ***Op-Cit***. P. 243.

135- Berger , Arthur Asa. ***Media And Communication Research Methods. Op-Cit.*** P. 40.

136- Phillips , Estelle M. & Pugh , D.S. ***Op-Cit.*** P. 41.

(*) نصوص الموافقات الرسمية بالملاحق.

١٣٧-ناصر ثابت. ***أضواء على الدراسة الميدانية.*** (الكويت: مكتبة الفلاح، ١٩٨٤) ص ص١١٣-١١٤.

138- Newbold , Chris And Others. ***Op-Cit.*** P. 64.

١٣٩-عاطف العبد. ***تصميم وتنفيذ إستطلاعات وبحوث الرأى العام والإعلام. مرجع سابق.*** ص ص ١٢١ - ١٢٢.

140- Wimmer , Roger D. & Dominick , Joseph R. ***Op-cit.*** Pp.165–166.

141- Hoinville , Gerald & Jowell , Roger. ***Op-Cit.*** P. 30.

١٤٢-سلوى إمام. الصدق والثبات فى إستمارتي الإستقصاء وتحليل المضمون. ***فى: المجلة المصرية لبحوث الاتصال،*** العدد الأول، ١٩٨٩. ص ٤٣.

143- Gilbert M, Nigel. ***Op-Cit.*** P. 90.

١٤٤-سلوى إمام. ***الصدق والثبات فى إستمارتى الإستقصاء وتحليل المضمون. مرجع سابق.*** ص ٥٠.

١٤٥-ناصر ثابت. ***مرجع سابق.*** ص ١٠٠.

- Wimmer , Roger D. & Dominick , Joseph R. ***Op-cit.*** P. 170.

١٤٦-سلوى إمام. ***الصدق والثبات فى إستمارتى الإستقصاء وتحليل المضمون. مرجع سابق.*** ص ٥١.

(*) حققت أسئلة الرأى معاملات ثبات أدنى مقارنة بأسئلة الحقائق وهى ظاهرة لاتنفرد بها هذه الدراسة إذ تشير إليها عدة كتب في الإعلام ومناهج البحث منها:

- عاطف عدلي العبد. ***تصميم وتنفيذ إستطلاعات وبحوث الرأى العام والإعلام. مرجع سابق.*** ص ١١٦.
- عاطف عدلي العبد. ***برامج الأطفال التلفزيونية: دراسة تحليلية ميدانية.*** (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٨٩) ص٤٤.

(**) إعتمدت المؤلفة على المراجع الآتية فى مجال التحليل الإحصائى:

- صلاح الدين محمود. ***الأساليب الإحصائية فى تحليل بيانات البحوث النفسية والتربوية.*** (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٣) ص ص ١٩٦ - ٢٥٧.
- محمود السيد أبو الليل. ***الإحصاء النفسى الاجتماعى والتربوى.*** (بيروت: دار النهضة العربية، د.ت) ص ص٣٥٧-٣٦٢.

Keyton , Joan. ***Communication Research: Asking Questions , Finding Answers ,*** Second Edition. (USA: McGraw Hill, 2005) Pp. 202 – 215.



ملحق الدراسة

صحيفة الاستقصاء



جامعـــــة القاهـــــرة
كليـــة الإعـــلام
قسم الإذاعة والتلفزيون

رقم مسلسل		
١	٢	٣

صحيفة استقصاء حول
دورنشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية فى ترتيب اولويات الجمهور المصرى نحو القضايا المصرية و العربية و الدولية

فى اطار رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه فى الإعلام
من قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة

إعـــداد : نهى عاطف عدلى العبد
إشراف : أ.د. عـــدلى سيد رضا
الأستاذ بقسم الإذاعة ووكيل كلية الإعلام
لشــئون الدراســـات العليا والبحـــوث

بيانات هذة الصحيفة سرية و تستخدم لأغراض البحث العلمى فقط

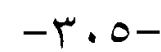
يوليو - ٢٠٠٥



س١ : ما المصادر الاخبارية الرئيسية التى تستقى منها المعلومات حول القضايا المصرية و العربية والدولية ؟ (يمكن إختيار اكثر من اجابة)

١. التلفزيون المصرى .
٢. القنوات الفضائية العربية .
٣. القنوات الفضائية الأجنبية .
٤. الصحف والمجلات المصرية .
٥. الصحف والمجلات العربية .
٦. الصحف والمجلات الأجنبية .
٧. الإذاعات المصرية .
٨. الإذاعات العربية .
٩. الإذاعات الأجنبية .
١٠. شبكة الانترنت .
١١. مصادر اخرى تذكر .

س٢: ما المصادر الثلاثة المفضلة بالنسبة لك - مما سبق - التى تعتمد عليها فى الحصول على المعلومات حول القضايا المصرية و العربية و الدولية فى وقت الأزمات ؟ (يرجي ذكرها مرتبه)

القضايا / المصادر الإخبارية	القضايا المصرية	القضايا العربية	القضايا الدولية
- المصدر الأول يذكر:			
- المصدر الثانى يذكر :			
- المصدر الثالث يذكر :			

س٣: ما اسباب إعتمادك على هذه المصادر على وجة الخصوص ؟ (يمكن إختيار أكثر من إجابة)

١. إرتفاع درجة مصداقيتها وموضوعيتها فى تقديم الأخبار .
٢. تنفرد بعرض معلومات و حقائق و اخبار لا تعرض فى المصادر الاخرى .
٣. تقدم تغطية فورية للأحداث من مواقعها .
٤. الجرأة فى تناول القضايا المصرية والعربية والدولية.
٥. التوازن فى عرض مختلف جوانب الخبر .
٦. إستخدام البث عبر الأقمار الصناعية فى نقل أحدث تطورات الأخبار
٧. إستخدام المادة الفيلمية بشكل يزيد-توضيح تطورات الأحداث المختلفة
٨. اسباب اخرى تذكر :

س٤: هل تشاهد القنوات الفضائية العربية ؟

١. دائماً
٢. احياناً
٣. نادراً

س٥: هل تشاهد نشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية ؟

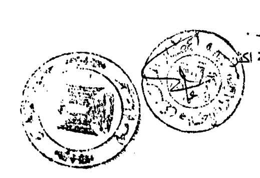
١. دائما
٢. احيانا
٣. نادراً

س٦: هذه بعض العبارات المتعلقة بنشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية بوجه عام ، برجاء تحديد درجة موافقتك او معارضتك لكل عبارة منها :

العبـــــــــــارة	موافق	محايد	معارض
١- تغطى الحدث من جميع جوانبه .			
٢- تعرض وجهات نظر مختلفة حول الحدث .			
٣- درجة مصداقيتها مرتفعة .			
٤- تفصل بين الخبر والرأى .			
٥- تركز على الأخبار السلبية وتتجاهل الأخبار الإيجابية .			
٦- تلبى إحتياجات الجمهور.			
٧- تتميز بالفورية ومتابعة الأحداث لحظة بلحظة .			
٨- تركيز نشرات الأخبار على حدث معين يعنى أهميته الفعلية على الساحة السياسية .			
٩- تركز على أخبار بعض الدول العربية وتهمل أخبار البعض الأخر .			
١٠- لاتقدم مواد مصورة معبرة وحديثة .			
١١- تركز على الأخبار الرسمية بشكل كبير .			
١٢- تشوه صورة بعض الدول العربية من خلال معالجتها لبعض الأخبار .			
١٣- لديها مجموعة من مذيعى النشرة المتميزين			
١٤- لديها شبكة واسعة من المراسلين فى أهم مواقع الاحداث الساخنة.			
١٥- لا تقدم أخباراً سلبية عن الدول التى تُبث منها .			

س٧: هل تحرص على مشاهدة نشرات الأخبار فى التلفزيون المصرى أم فى القنوات الفضائية العربية بانتظام ؟

١. فى التليفزيون المصرى اكثر .
٢. فى القنوات الفضائية العربية اكثر
٣. يستوى الأمر



س٨: هل ترى ان هناك فرقاً بين نشرات الأخبار فى التلفزيون المصرى و القنوات الفضائية العربية ؟

١- نشرات الأخبار فى التلفزيون المصرى أفضل .

٢- نشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية بصفة عامة أفضل .

٣- ليس هناك فروقاً.

س٩: مارأيك فى مستوى نشرات الأخبار فى التلفزيون المصرى من حيث العبارات التالية من وجهة نظرك :

العبـــــــــــارة	موافق	محايد	معارض
١- تغطى الحدث من جميع جوانبه .			
٢- درجة مصداقيتها مرتفعة .			
٣- تركز على الأخبار السلبية وتتجاهل الأخبار الإيجابية .			
٤- تلبى إحتياجات الجمهور.			
٥- تتميز بالفورية ومتابعة الأحداث لحظة بلحظة .			
٦- تركيز نشرات الأخبار على حدث معين يعنى أهميته الفعلية على الساحة السياسية .			
٧- تركز على أخبار بعض الدول العربية وتهمل أخبار البعض الآخر .			
٨- لاتقدم مواد مصورة معبرة وحديثة .			
٩- تركز على الأخبار الرسمية بشكل كبير .			
١٠- تشوه صورة بعض الدول العربية من خلال معالجتها لبعض الأخبار .			
١١- لديها مجموعة من مذيعى النشرة المتميزين			
١٢- لديها شبكة واسعة من المراسلين فى أهم مواقع الأحداث الساخنة.			

س١٠: هل لاحظت تغييراً فى شكل ومضمون نشرات الأخبار فى التلفزيون المصرى بعد إنتشار القنوات الفضائية؟

١- نعم

٢- لا ← إنتقل إلى س ١٢

س١١: هل أشبع هذا التغيير فى شكل ومضمون نشرات الأخبار إحتياجاتك الإخبارية ؟

١- نعم

٢- لا

س١٢: ماذا تفعل اثناء مشاهدة نشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية فى المعتاد ؟

١. اتفرغ لمشاهدة الأخبار . ← إنتقل الى س١٤
٢. اشاهد الأخبار اثناء انشغالى بأداء مهام أخرى .
٣. أتحدث مع آخرين فى مواضيع لا تتعلق بالأخبار أثناء مشاهدة النشرة .
٤. اشاهد الأخبار الواردة فى مقدمة النشرة ثم اغير القناة .
٥. إجابة أخرى تذكر .
(٢–٥) انتقل الى س١٣

س١٣: ما الأسباب التى تمنعك من التفرغ لمشاهدة نشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية ؟ (يسمح باختيار أكثر من إجابة)

١. الأخبار مكررة فى القنوات التليفزيونية .
٢. لا يجذبنى اسلوب الإخراج فى النشرة .
٣. توافر هذة الأخبار فى وسائل الإعلام الأخرى التى أتعرض لها بالفعل.
٤. نشرات الأخبار لا تشبع إحتياجى للمعلومات بشكل كافى .
٥. تسلسل إذاعة الأخبار غير منطقى.
٦. الصورة المصاحبة للخبر لا تتماشى مع مضمونه.
٧. تناول بعض الأخبار غير موضوعى .
٨. أداء بعض المذيعين غير جيد .
٩. تركيز الأخبار على أحداث العنف والدمار لايجذبنى.
١٠. غلبة الطابع الرسمى للأخبار فى النشرات .
١١. أسباب أخرى تذكر .

س١٤: هل تشاهد نشرات الاخبار فى القنوات الفضائية العربية ام الاجنبية اكثر ؟

١. فى القنوات الفضائية العربية اكثر ← إنتقل الى س١٦
٢. فى القنوات الفضائية الاجنبية اكثر ← إنتقل إلى س ١٥
٣. يستوى الأمر ← إنتقل إلى س ١٥

س١٥: ماالقنوات الفضائية الأجنبية التى تتابع من خلالها نشرات الاخبار ؟ (يسمح باختيار أكثر من إجابة)

١. CNN
٢. BBCWorld
٣. FoxNews
٤. TV5 الفرنسية
٥. CCTV9 الصينية
٦. قنوات فضائية أجنبية أخرى تذكر
٧- Euronews
٨- SkyNews
٩- Orbit News
١٠- DWTV الألمانية
١١- StarNews

س١٦: ما القنوات الفضائية العربية والناطقة باللغة العربية التى يمكن ان تتابع من خلالها نشرات الاخبار ؟ (يسمح باختيار أكثر من إجابة)

١. MBC1
٢. الجزيرة
٣. ANN
٤. المستقبل
٥. العربية
٦. دبى
٧. CNBC عربية

٨- الحرة
٩- النيل للاخبار
١٠- ANB
١١- ابو ظبى
١٢- الرأى الكويتية
١٣- الجزيرة (مباشر)
١٤- قناة النيل الدولية

١٥- NBN
١٦- الفضائية المصرية الاولى
١٧- العالم
١٨- LBC الحياه
١٩- الإخبارية
٢٠- الفضائية الإسرائيلية
٢١- قنوات أخرى تذكر:

س١٧: ارجو ذكر إسم قناه فضائية عربية تفضل متابعة نشرات الاخبار من خلالها خلال الفترة الأخيرة ؟

- قناة ....

س١٨: ما الفترة المفضلة لديك لمشاهدة النشرات الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية ؟

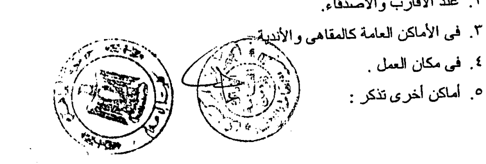
١. الفترة الصباحية (٦-١٠) صباحاً
٢. فترة الضحى والظهيرة (١٠-٥) مساءً
٣. الفترة المسائية (٥-١٠) مساءً
٤. فترة السهرة الاولى (١٠-١) صباحاً
٥. فترة السهرة الممتدة (١-٦) صباحاً

س١٩: كم عدد النشرات الإخبارية التى تشاهدها فى القنوات الفضائية العربية فى المعتاد ؟

١. نشرة أخبار واحدة فقط .
٢. نشرتان .
٣. ثلاث نشرات .
٤. أكثر من ثلاث نشرات (يذكر).

س٢٠: اين تشاهد النشرات الإخبارية من القنوات الفضائية فى المعتاد ؟

١. فى المنزل .
٢. عند الأقارب والأصدقاء.
٣. فى الأماكن العامة كالمقاهى والأندية.
٤. فى مكان العمل .
٥. أماكن أخرى تذكر :



س ٢١ : ما المزايا التى تدفعك لمتابعة النشرات الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية ؟ (يسمح بإختيار أكثر من إجابة)

١. يتناسب الوقت المخصص للفترة الاخبارية مع أوقات فراغى.
٢. تقدم وجهات النظر بموضوعية
٣. البعد عن الطابع الرسمى فى تقديم الاخبار و ترتيبها
٤. الفورية فى المتابعة و التغطية للاحداث الهامة .
٥. السهولة و الوضوح فى عرض الأخبار .
٦. الإهتمام بالتقارير و التحليلات الإخبارية و الصور الحية .
٧. توافر شبكة من المراسلين والمندوبين فى مواقع الاحداث المهمة .
٨. الأداء المتميز لمذيعى النشرة .
٩. تحقق السبق الإخبارى اكثر من الوسائل والقنوات الأخرى.
١٠. مزايا أخرى تذكر --

س ٢٢ : ما سلبيات النشرات الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية من وجهة نظرك ؟ (يُسمح بإختيار أكثر من إجابة)

١. نقص عدد المراسلين فى بعض مواقع الأحداث المهة.
٢. قلة التقارير المصاحبة للخبر .
٣. ضعف المادة المصورة المصاحبة للخبر .
٤. التأخر فى نقل الحدث مقارنة بالقنوات الاجنبية .
٥. عدم الدقة فى عرض جوانب الخبر المختلفة.
٦. عدم تغطية الخبر من كافة جوانبه والتركيز على جانب واحد .
٧. ضعف الجوانب الفنية فى الخبر .
٨. ضعف مستوى قارئ النشرة .
٩. عدم مراعاة ترتيب الأخبار فى النشرة حسب أهمية الخبر .
١٠. عدم التوازن فى طرح بعض القضايا المصرية والعربية والدولية .
١١. ضعف مستوى المحللين الذين يعلقون على الأخبار المنقولة من مواقع الأحداث .
١٢. تتبنى سياسة هجومية فى تغطية بعض الأخبار نتيجة التوجهات السياسية للقناة .
١٣. سلبيات اخرى تذكر : --

س٢٣: ما أسباب مشاهدتك نشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية ؟ (يسمح باختيار أكثر من إجابة)

العبـــــــــــــــــارة	موافق	محايد	معارض
١- لمتابعة أخبار مصر.			
٢- لمتابعة أخبار العالم العربى .			
٣- لمتابعة أخبار العالم.			
٤- كى أجد موضوعات أتناقش حولها مع الاخرين .			
٥- للتعرف على وجهات النظر المختلفة حول القضايا المثارة .			
٦- للتخلص من الملل وشغل وقت الفراغ .			
٧- أشاهدها بحكم التعود .			
٨- التزود بالمعلومات والمعارف العامة بوجه عام والمعارف السياسية بوجه خاص.			
٩- لأن مضامينها تتفق مع إهتماماتى .			
أسباب أخرى تذكر: --			

س٢٤: ما معدلات مشاهدتك لنشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية ؟

١. أشاهد النشرة كاملة .

٢. اشاهد بعض اخبار النشرة فقط .

٣. اشاهد موجز النشرة فى المقدمة فقط .

س٢٥: ما نوعيات المواد الإخبارية التى تحرص على مشاهدتها فى القنوات الفضائية العربية ؟ (يسمح باختيار أكثر من إجابة)

١. نشرات الأخبار .

٢. التحليلات و التعليقات الإخبارية .

٣. البرامج الإخبارية ذات الطابع السياسى

٤. حالة الطقس .

٥- مواجيز الأخبار .

٦- تقارير المراسلين .

٧- عرض اقوال الصحف .

٨- النشرة الإقتصادية .

٩- نوعيات أخرى تذكر .

س٢٦: ما أنواع الأخبار التى تحرص على مشاهدتها فى نشرات الأخبار فىالقنوات الفضائية العربية ؟ (يسمح باختيار أكثر من إجابة)

١. الأخبار السياسية.

٢. الأخبار الرياضية.

٣. الأخبار الإقتصادية .

٤. الأخبار العلمية .

٥. أخبار الحوادث و الكوارث .

٦- أخبار الجرائم.

٧- أخبار الطقس .

٨- الأخبار الدينية.

٩- الأخبار العسكرية.

١٠- الإخبار الثقافية.

١١- الأخبار الإجتماعية.

١٢- أعمال العنف.

١٣- الأخبار الأمنية .

١٤- الاخبار البيئية.

١٥- أنواع أخرى تذكر

س٢٧: ما القضايا المصرية التى تهمك من القضايا المتداولة فى نشرات الاخبار بالقنوات الفضائية العربية مما يلى :- (برجاء ترتيبها حسب أهميتها بالنسبة لك)

١. الإصلاح السياسى فى مصر .
٢. تلوث الغذاء والبيئة فى مصر .
٣. التفجيرات الإرهابية فى مصر .

س ٢٨ : ماهى أكثر قضية مصرية – مما سبق - لها إحتكاك أو صلة مباشرة بحياتك اليومية ؟

- قضية ---

س٢٩: ما القضايا العربية التى تهمك من القضايا المتداولة فى نشرات الاخبار بالقنوات الفضائية العربية مما يلى :- (برجاء ترتيبها حسب أهميتها بالنسبة لك)

١. الإصلاح السياسى فى لبنان .
٢. الإحتلال الأجنبى للعراق .
٣. القضية الفلسطينية .

س ٣٠: ماهى أكثر قضية عربية – مما سبق - لها إحتكاك أو صلة مباشرة بحياتك اليومية ؟

- قضية ---

س٣١: ما القضايا الدولية التى تهمك من القضايا المتداولة فى نشرات الاخبار بالقنوات الفضائية العربية مما يلى :- (برجاء ترتيبها حسب أهميتها بالنسبة لك)

١. التصويت على الدستور الأوروبى .
٢. الإرهاب الدولى وحوادث التفجيرات فى عواصم العالم .
٣. الإصلاح السياسى فى إيران .

س ٣٢: ماهى أكثر قضية دولية – مما سبق - لها إحتكاك أو صلة مباشرة بحياتك اليومية ؟

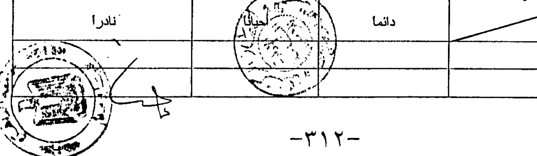
- قضية ---

س ٣٣: هل تشاهد نشرات الأخبار فى التليفزيون المصرى لمتابعة احدث تطورات القضايا المصرية والعربية والدولية ؟

١. نعم
٢. لا

س٣٤: ما هى معدلات مشاهدتك لنشرات الأخبار فى قناة الجزيرة وقناة MBC ؟

معدلات المشاهدة / القناة	دائما	أحيانا	نادراً
قناة الجزيرة			
قناة MBC			



س٣٥: كم يوماً فى الأسبوع تشاهد خلالها نشرات الأخبار فى قناة الجزيرة وقناة MBC ؟

أيام المشاهدة / القناة	يومياً	من ثلاثة أيام إلى ستة أيام	يومان	يوم واحد
قناة الجزيرة				
قناة MBC				

س٣٦: ما درجة إعتمادك على قناة الجزيرة وقناة MBC فى الحصول على معلومات حول القضايا المصرية والعربية والدولية ؟

درجة الإعتماد والقناة / القضايا	درجة إعتماد كبيرة		درجة إعتماد متوسطة		درجة إعتماد قليلة	
	قناة الجزيرة	قناة MBC	قناة الجزيرة	قناة MBC	قناة الجزيرة	قناة MBC
القضايا المصرية						
القضايا العربية						
القضايا الدولية						

س٣٧: هذه بعض العبارات المتعلقة بمعالجة القضايا المهمة فى نشرات الأخبار بقناة الجزيرة وقناة MBC ، برجاء تحديد درجة موافقتك أو معارضتك لكل عبارة منها :

العبـــــــارة	قناة الجزيرة			قناة MBC		
	موافق	محايد	معارض	موافق	محايد	معارض
١- تطرح الأحداث حول القضايا المهمة فور وقوعها مباشرة .						
٢- تعرض وجهات النظر بموضوعية حول القضايا المهمة .						
٣- تعتمد على مراسلين أكفاء لتغطية القضايا المهمة.						
٤- تدعم الأخبار حول القضايا المهمة بالمواد الفيلمية الحديثة والمرتبطة بالقضية .						
٥- تقدم تحليلاً دقيقاً يشرح جميع جوانب القضايا المهمة .						
٦- تعتمد على خبراء لشرح تطورات الأحداث حول القضايا المهمة .						

س٣٨: هل تتناقش مع آخرين حول القضايا المهمة بالنسبة لك ؟

معدلات المناقشة / القضية	دائما	أحيانا	نادرا	لا ← إنتقل إلى س٣٩
مصريـــــــة				
عربيـــــــة				
دوليـــــــة				

س ٣٩: مع من تتناقش حول القضايا المهمة بالنسبة لك التى تطرحها القنوات الفضائية ؟

١. أفراد الأسرة و الأقارب .

٢. الأصدقاء .

٣. زملاء العمل أو الدراسة .

٤. شخصيات أخرى تذكر .

س ٤٠: هل تستطيع القنوات الفضائية العربية من وجهة نظرك التأثير على الرأى العام من خلال تشكيل مواقفة و أرائه نحو القضايا الراهنة ؟

١. نعم.

٢. لا.

س ٤١: هل توافق على إنشاء قنوات اخبارية مصرية خاصة ؟

١. نعم ← إنتقل إلى س ٤٢

٢. لا ← إنتقل إلى س ٤٣

س ٤٢: ماهى أسباب موافقتك على إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة؟

١-

٢-

٣-

س ٤٣: لماذا ترفض إنشاء قنوات إخبارية مصرية خاصة ؟

١-

٢-

٣-

س ٤٤: هل لديك مقترحات لتطوير الخدمة الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية ؟

١. لا ← إنتقل إلى س ٤٥

٢. نعم وهى :

أ-

ب-

ج -

ثانيا: البيانات الشخصية

س ٤٥: الاسم

س ٤٦: رقم التليفون

(اختيارى)

س٤٧: النوع :

١-ذكر ٢- انثى

س٤٨: فئات السن :

١. ٢٠ سنة الى اقل من ٣٥ سنة
٢. ٣٥ سنة الى اقل من ٥٠ سنة
٣. ٥٠ سنة فأكثر (يذكر)

س٤٩: الحالة الاجتماعية :

١. اعزب
٢. متزوج
٣. مطلق
٤. ارمل

س٥٠: هل انت عضو فى احد الأحزاب ؟

١. نعم و هو ....
٢. لا ← إنتقل الى س ٥١

س٥١: المستوى التعليمى :

١. مؤهل متوسط .
٢. مؤهل جامعى .
٣. دراسات عليا.

س٥٢: هل سبق لك السفر الى الخارج ؟

١. نعم
٢. لا ← إنتقل الى س ٥٤

س٥٣: ما أسباب سفرك الى الخارج ؟ (يمكن إختيار أكثر من سبب)

١. العمل
٢. الحج
٣. زيارة الأهل و الأصدقاء خارج مصر
٤. العلاج
٥. السياحة والتسوق
٦. الدراسة
٧. العمرة

س٥٤: هل انت عضو فى نادى ؟

١. نعم

٢. لا ← إنتقل الى س ٥٦

س٥٥: ما هو اسم النادى الذى تشترك فيه ؟

- نادى ....

س٥٦: فى المعتاد ، ما هى القنوات المشفرة التى تشترك فيها اسرتك ؟

١. اوربيت (Orbit)

٢. شوتايم (Showtime)

٣. الاوائل (Art)

٤. مجموعة (CNE)

٥. لانشترك

س٥٧: ما نوع ملكية المسكن الذى تعيش فيه ؟

١. ايجار جديد

٢. إيجار قديم

٣. تمليك

س٥٨: ما نوع المسكن الذى تعيش فيه ؟

١. فيلا

٢. شقة فى حى يذكر ....

٣. حجرة واحدة

س٥٩: ما الأجهزة التى تمتلكها اسرتك ممايلى :-

١. فيديو

٢. كاميرا فيديو

٣. كمبيوتر

٤. كمبيوتر محمول

٥. ديب فريزر

٦- غسالة فول اتوماتيك

٧- تليفون محمول (يذكر العدد فى الاسرة) ....

٨- سيارة (يذكر العدد فى الاسرة) ....

٩- تكييف

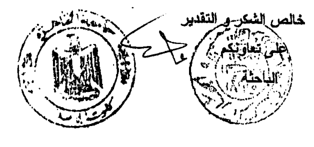
١٠- غسالة اطباق

١١- ميكروويف .

خالص الشكر و التقدير

على تعاونكم

الباحثة



فهرس

الموضوع	الصفحة

الموضوع **الصفحة**

الموضوع **الصفحة**

الموضوع **الصفحة**

الموضوع **الصفحة**

الموضوع **الصفحة**

الموضوع الصفحة